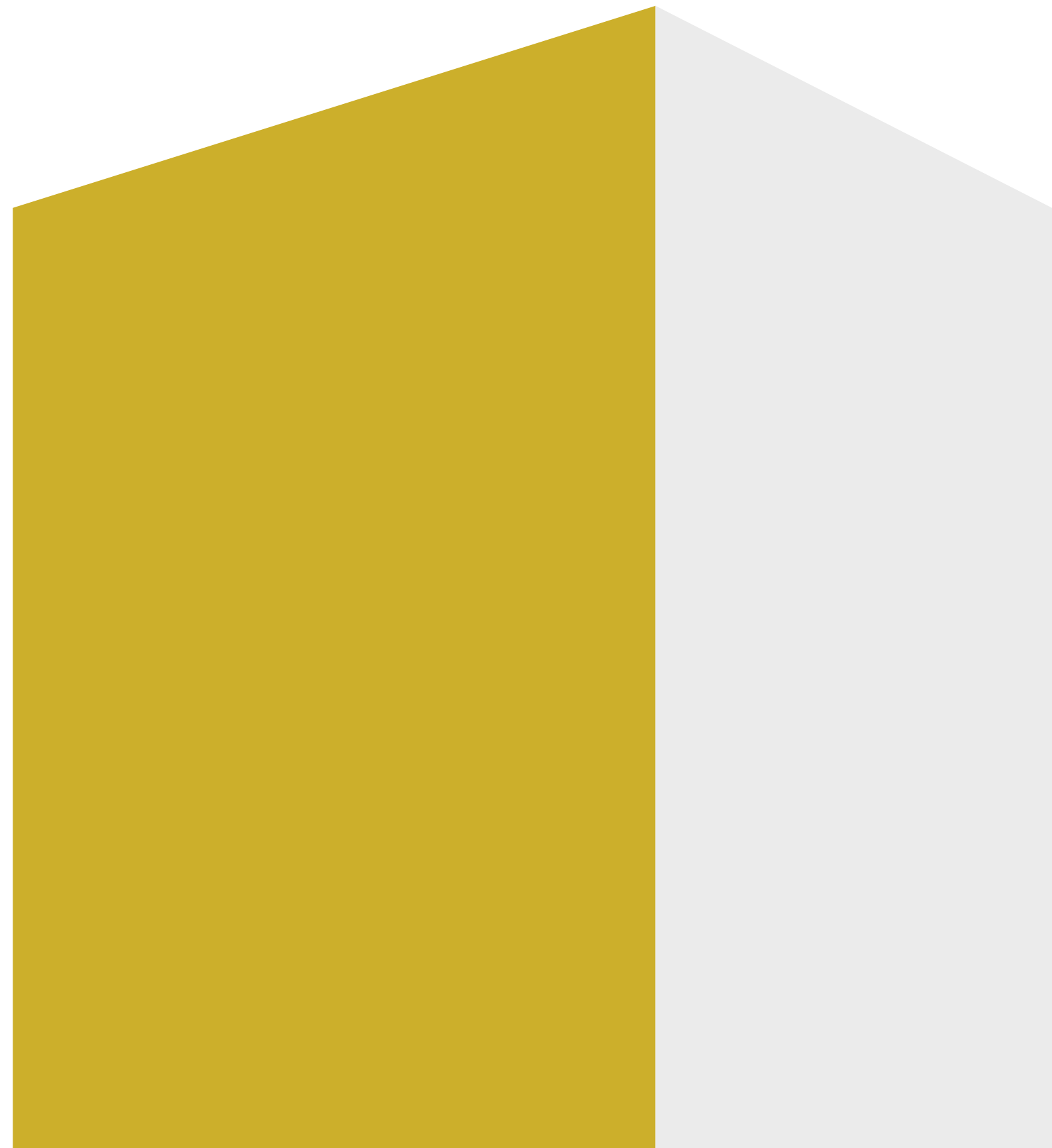


NEW DESIGN ON THE BLOCK

**SANNA VIK
METROPOLIA
AMK**

18.04.2013



TIIVISTELMÄ

Tekijä: Sanna Viik
Otsikko: New Design on the Block
Sivumäärä: 63
Päivämäärä: 18.04.2013
Tutkinto: Muotoilija AMK
Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto: Sisustusarkkitehtuuri
Ohjaaja: Merita Soini

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella vuoden 2013 Habitare-sisustusmessujen Ahead!-alueelle uutta muotoilua sekä nuoria muotoilijoita esittelevä erikoisosasto. Suunnittelutyön lähtökohtana oli luoda konsepti, joka keskittyy messujen elämyksellisyyteen ja ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Suunnittelun keskiössä olivat messukävijöiden tunnetilat, toiminta, aistihavainnot sekä odotukset ja aiemmat kokemukset. Näiden osa-alueiden pohjalta syntyi kokemukseen ja vuorovaikutukseen perustuva suunnitelma; New Design on the Block.

Pohdin työssäni messusuunnittelun nykytilaa sekä tulevaisuuden näkymiä. Selvitin nykypäivän sisustusmessukävijöiden ja näyttelleasettajien tarpeita, ja pohdin osallistavuuden merkitystä messualueen suunnittelussa. Tutkin myös, millaiset tekijät vaikuttavat elämyksen syntymiseen sekä sen merkitykseen messujen sisällön tuottamisessa ja käyttäjälähtöisessä suunnittelussa.

Työn toimeksiantaja oli Oy Design Studio Muotohiomo Ab, joka vastaa vuoden 2013 Habitaren Ahead!-alueen sisällöntuottamisesta sekä näyttelyarkkitehtuurista. Työni on toteutettu yhteistyössä Suomen Messujen organisaation kanssa. Opinnäytetyöni on toiminnallinen tutkimus, jossa on suoritettu empiiristä kenttätutkimusta haastattelujen ja havainnoinnin avulla.

Opinnäytetyöni konkreettisena tuloksena on erikoismessuosasto-konsepti, jota on mahdollista monistaa messutapahtumissa myös tulevaisuudessa. Työni tarjoaa uudenlaisen, elämyksellisyyteen perustuvan näkökulman sekä mallin käyttäjälähtöisen messualueen suunnitteluun.

Avainsanat: Sisustusmessut, messut, muotoiluprosessi, osallistavuus

ABSTRACT

Author: Sanna Viik
Title: New Design on the Block
Number of pages: 63
Date: 18.04.2013
Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree programme: Design
Specialisation option: Interior design
Instructor: Merita Soini

The aim of this thesis, was to create a new fair design concept for Habitare interior design fair. The design showcases new product design and young designers through participatory design methods, making the design processes behind the products visible. The goal was to create a concept that focuses on the experiences of fair visitors; their sensory reactions, interactions, emotional attachment, and expectations. From these objectives the project addresses the needs of experience based exhibition design.

In this thesis I contemplate the current state and the future trends in fair design. Through observation and research, I defined the needs of fair visitors and the exhibitors and reflect the necessity of participatory methods and co-operation in exhibition design. The thesis emphasizes the importance of user-centric design, and the factors that influence the creation of experience.

The assignment was given by Design Studio Muotohiomo that is responsible of 2013 Habitare Ahead! concept and exhibition architecture. The research used practice-led design methods and conducted empirical based field research in the form of interviews and observation.

The result of this thesis was a fair design concept for Suomen Messut organization. I have created a model of experience based exhibition design that can be implemented in the years to come. Regardless of changes in the outlook and visual identity of the design, the project establishes design values based on human behavior that remain constant.

Keywords: Design fair, exhibition design, participatory design, experience

Toteemina seisovien betonisten pylväsvälien takaa siivilöityvät värikkäiden seinien siluetit. Avarassa tilassa äänet pulppuavat viuhkojen väleistä ja ihmiset liikkuvat seinien aallokossa. Seinät kertovat tarinoita niiden taitoksiin nojailevista suunnittelijoista.

Pylväsriivi hengittää. Avara tila, valo ja seinien polveilu auttavat löytämään. Värit kilvoittelevat seinäpinnoilla. Seinäelementtien välit raottavat uusia näkymiä. Haluan kurkistaa toiselle puolelle.

SISÄLLYSLUETTELO

1.	Johdanto	1	7.	Benchmarking	30
2.	Toimeksiannon kuvaus	2	7.1	Habitare 2012	31
			7.2	Stockholm Furniture & Light Fair 2013	33
3.	Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät	4	8.	New Design on the Block - SWOT-analyysi	35
3.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja viitekehys	5	9.	New Design on the Block -konsepti	38
3.2	Tutkimusongelma	5	9.1	Näyttelyidentiteetti	39
3.3	Toiminnallisen tutkimuksen määrittely	6	9.2	Inspiraatio	40
4.	Muotoiluprosessi	9	9.3	Suunnittelun lähtökohdat	41
			9.4	Ensimmäiset luonnokset	43
5.	New Design on the Block- lähtökohdat ja suunnittelu	12	9.5	Valaistus- ja väritutkielma	45
5.1	Habitare Ahead! 2013	13	9.6	Suunnitelma ja mittakuvat	47
5.2	Työryhmä	14	9.7	Palvelupolku	53
5.3	Oma suunnitteluprosessi	15	10.	Tuottaminen ja julkaisu	56
5.4	Suunnitteluaiakataulu	17	10.1	Näyttelyn kuratointi	57
5.5	Suunnittelun haasteet	18	10.2	New Design on the Block -julkaisu	58
			10.3	Toteutus ja budjetti	59
6.	Messut - osallistavuus ja elämysten merkitys	20	11.	Lopuksi	60
6.1	Messut eilen ja tänään	21			
6.2	Miksi osallistava näkökulma?	23			
6.3	Osallistavuus messusuunnittelussa	24			
6.4	Suunnittelija vs. messukävijä	25			
6.5	Messut ja elämyksellisyys	26			
6.6	Elämyksen evoluutio	27	Lähteet		61

1. JOHDANTO

"Saavuvin messuille aikaisin aamulla ensimmäisten kävijöiden joukossa. Rekisteröidyin sisäänkäynnissä ja suuntasin askeleeni kohti kiinnostavinta messualuetta. Poimin matkan varrelta mukaan messuesitteen, jonka kannessa minua tuijotti sana Ahead!. Astelin kohti hallia kuusi, sillä tiesin kartasta katsottuani, että Ahead-alueelle kuljetaan Habitaren läpi. Hallissa 6. vastaani iski värien ja näytteilleasettajien kirjo aina mattokauppiaasta wc-pyttyjä tarjoavaan myyntimieheen. Kiihdytin askeleitani, ja pian olinkin korkean betonisen pylväskäytävän toisella puolella. Räpsäytin silmiäni ja mietin, mistä Ahead!-alue mahtaa oikein alkaa. Näin edessäni suuria männynrunkoja ja päättelin kädessäni olevan kirjasen kuvista saapuneeni oikeaan paikkaan.

Puhelimeni värähti taskussani ja huomasin, että kollegani soittaa. Olimme sopineet tapaamisen Ahead!-alueelle. Yritin selventää puhelimessa sijaintiani, mutten osannut luetella muita kuin ympärilläni näkyviä yritysten nimiä. Lopulta törmäsimme toisiimme Artekin messuosaston kulmilla, sillä korkea puun ja limen väriinen kuutio näkyi kauas.

Kiartelimme aikamme ympäri messuhallia ja katselimme ympärillemme. Istahdimme kuuntelemaan esitelmää Piilopuutarhoista pääalavan edustan tuoleille. Harmittelin, kun ikkunoista tulviva päivänvalo peittosi valkokankaalle heijastetut kuvat ja näin vain ääriiviivoja kankaalla.

Aikani kuljeksittuani kyllästyin katselemaan pelkkiä kauniita esineitä. Jäin kaipaamaan keskustelua ja vuorovaikutusta. Toki olisin voinut puhua trendisävyistä maalitehtaan väriesittelijän kanssa vielä toiset viisitoista minuuttia, mutta oloni oli silti hieman ontto. Mielessäni vilisi ajatuksia. Pohdin tovin, mitä muotoilu oikeastaan on ja miltä sen pitäisi näyttää? En osannut vastata itselleni. Olin odottanut, että tänä vuonna löytäisin jotain uutta ja inspiroivaa. Jotenkin minusta tuntui, että olin nähnyt tämän kaiken jo aiemmin".

Opinnäytetyöni sisältö kiteytyy edellä kerrotun tarinan herättämiin ajatuksiin ja huomioihin. Tarina voisi olla kenen tahansa kriittisen Habitaren messukävijän. Työni tavoitteena on kirjoittaa tuo tarina uudelleen. Työni keskittyy tutkimaan elämysten ja osallistavuuden merkitystä messusuunnittelun osana sekä tarjoamaan uudenlaisen erikoisosaston konseptin Ahead!-alueelle.

Tavoitteenani on luoda messualue, joka tarjoaa tuoreen lähestymistavan messusuunnitteluun sekä raikkaan tuulahduksen niin kävijöille, näytteilleasettajille kuin Suomen messuorganisaatiolle. Konkreettisen suunnittelutyöni ohella pyrin herättämään keskustelua messujen nykytilasta. Tarkastelen työssäni myös sisustusmessujen tulevaisuutta.

Opinnäytetyöni on samalla läpileikkaus ammatillisista taidoistani sekä kerätystä kokemuksesta. Työn sisältö on paljon muuta kuin konkreettista tilasuunnittelua. Suurin haaste on pitää käsissäni kokonaisuutta, jonka sisältö liikkuu niin palvelumuotoilun, konseptoinnin kuin sisällöntuottamisen rajapinnassa. Aiemmat opintoni palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmassa sekä matkailualalla ovat antaneet laajemman perspektiivin, jota vasten olen voinut peilata suunnitteluprosessiani sisustusarkkitehtina.

Aihe on ajankohtainen, sillä työni Design Studio Muotohiomossa on mahdollistanut osallistumisen Ahead! 2013- alueen ja sisällön suunnitteluun. Opinnäytetyöni on jatkumo siirtymiselleni työelämään sekä osa jatkuvaa oppimisprosessiani.

2. TOIMEKSIANNON KUVAAUS

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Design Studio Muotohiomo, joka vastaa Habitaren Ahead!-alueen vuoden 2013 näyttelyarkkitehtuurista sekä sisällöntuottamisesta. Projekti toteutetaan tiiviissä yhteistyössä Suomen Messujen kanssa, joka vastaa Habitare-messujen tuottamisen ohella Ahead!-alueen myynnistä, markkinoinnista sekä näyttelytekniikasta.

Design Studio Muotohiomo on perustettu vuonna 1992. Monipuolisen ja kompaktin yrityksen suunnittelutyöt liikkuvat teollisen muotoilun, tila- ja sisustussuunnittelun, graafisen suunnittelun sekä palvelumuotoilun osa-alueilla.

Opinnäytetyöni aiheena on vuoden 2013 Habitaren Ahead!-alueen uuden New Design on the Block -alueen konseptointi, suunnittelu- sekä sisällöntuottaminen. New Design on the Block on osa uutta lähestymistapaa tämän vuoden Ahead!-konseptiin. Vuoden 2013 teemana on yhteispeli ja suunnittelussa korostuvat sisältöpainotteiset näkökulmat.

Nuorille suunnittelijalupauksille varattu New Design on the Block tulee esittelemään 12 Suomen kärkikastiin kuuluvaa suunnittelijaa. Alue nostaa esille tuotteiden lisäksi suunnitteluprosesseja sekä osallistaa suunnittelijoita näyttelyn toteuttamisessa. Haluan tuoda valmiiseen tuotteeseen tähtäävän suunnitteluprosessin paremmin esiin niin ammattilaisille kuin kuluttajillekin. Alueen suunnittelu ja tuottaminen toteutetaan yhteistyössä Suomen Messujen organisaation kanssa.



3. TAVOITTEET JA TUTKIMUSMENETELMÄT

3.1 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET JA VIITEKEHYS

Opinnäytetyöni tavoitteena on tarjota erilainen lähestymistapa messujen sisällöntuottamiseen. Suunnittelen messukonseptin, joka tuo lisäarvoa sisustusmessujen perinteiseen tarjontaan sekä ottaa kantaa sisustusmessujen tulevaisuuteen. Osaston suunnittelun punaisena lankana kulkevat elämyksellinen lähestymistapa sekä vahvat toiminnalliset lähtökohdat. New Design on the Block kertoo uudenlaista tarinaa muotoilusta, suunnittelijoista sekä tuo suunnitteluprosessit entistä näkyvämmiksi.

Perehdyn opinnäytetyössäni osallistavan suunnittelun lähtökohtiin, käsitteisiin ja menetelmiin samalla, kun peilaan näitä tekijöitä suunnitteluprosessiini. Perehdyn myös elämykselliseen messusuunnitteluun ja elämyksen syntyyn vaikuttaviin tekijöihin. Tutkin sisustusmessujen nykytilaa Helsingin, Tukholman ja Milanon sisustusmessuilla pyrkien tarjoamaan näkymiä siihen, millaisia tekijöitä tulevaisuuden messusisältöjen suunnittelussa tulee ottaa huomioon.

Toiminnallisen tutkimuksen avulla selvennän omaa suunnitteluprosessiani sekä toteutan saamani toimeksiannon olemassa olevaan teoreettiseen tietoon perustuen. Perehdyn messu- ja tapahtumasuunnitteluun liittyvään kirjallisuuteen ja hyödynnän näiden teosten tietopohjaa omassa suunnittelussani.

Työni lähdeaineistoon liittyy myös havainnointia sekä kuvamateriaalia syksyn 2012 Habitaren Ahead!-alueelta, kevään 2013 Stockholm Furniture & Light Fair-messuilta ja kevään 2012 Milanon kansainvälisiltä sisustusmessuilta. Messuilla toteuttamani havainnointi ja dokumentaatio kiteytyy opinnäytetyössäni luvussa 7. Viittaan tekstissä New Design On The Block alueeseen myös lyhenteellä NDB.

3.2 TUTKIMUSONGELMA

Oma suunnitteluprosessini lähti liikkeelle tutkimusta rajaavista kysymyksistä. Pohdin työssäni millainen on osallistava messualue sekä miten elämyksellisyyden tulisi näkyä messualueen suunnittelussa? Miten tuotan uudenlaisen messuosaston Ahead-alueelle niin, että se palvelee sekä kävijöitä että suunnittelijoita parhaalla mahdollisella tavalla? Selvitän myös, millaiset tekijät vaikuttavat elämyksen syntymiseen sekä sen ajankohtaisuuteen messujen sisällön tuottamisessa.

Tutkimuksessani pohjaan toimintaa ohjaavan tutkimuksen metodeihin, jotka esittelen seuraavassa luvussa. Pyrin havaintojeni kautta ymmärtämään, mikä on messusuunnittelun elämyksellisyydelle ominaista sekä mitkä tekijät synnyttävät ainutlaatuisen messukokoemuksen. Suunnittelun lähtökohtana on tilallisuuden sekä elämyksellisyyden yhteensovittaminen, niin että nämä tekijät tukevat toisiaan.

3.3 TOIMINNALLISEN TUTKIMUKSEN MÄÄRITTELY

Opinnäytetyöni lähestymistapa on vahvasti toiminnallinen. Vilkan (2010) sanoja lainaten opinnäytetyössä ei niinkään tutkita perinteisesti ilmiötä tai kohderyhmää, vaan tutkimuksen keskiössä on konkrettinen tuotos eli messuosasto, jonka suunnittelussa tarvitaan tukena empiiristä tutkimusotetta.

Toiminnallinen tutkimus voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan; toimintaan perustuvaan (practice based) ja toimintaa ohjaavaan (practice-led) tutkimukseen. Toimintaa ohjaavassa (practice-led) tutkimuksessa prosessin keskiössä on tutkimuksen tekijä itse. Hän toimii niin kutsuttuna agenttina, joka toteuttaa tutkimusta suunnitteluprosessinsa kautta. (Mäkelä ja Routarinne, 2006, 32.) Kokemukseen pohjaava tieto on yksi toimintaa ohjaavan tutkimuksen keskeisimmistä tekijöistä. Toimintaa ohjaavassa tutkimuksessa intohimo taiteeseen ja tutkimuskohde muodostavat vuoropuhelun, joka johtaa kokemukselliseen tietoon. (Mäkelä ja Routarinne, 2006, 118).

The Art of Research -kirjassa Outi Turpeinen (DA) määrittelee toimintaa ohjaavan tutkimuksen seuraavasti; ensin laaditaan tutkimussuunnitelma. Seuraavaksi itse tutkimusprosessi koostuu alan kirjallisuudesta, omista kokemuksista sekä itse työn tekemisestä. Nämä tutkimuksen osa-alueet vuorovaikuttavat keskenään sekä tukevat toisiaan (kts. kaavio 1). Tutkimus itsessään on prosessi, jonka lopputulosta ei voi määrittää ennen kuin tutkimusprosessi on saatettu loppuun. (Mäkelä ja Routarinne, 2006, 120.)

Tutkimusprosessini on edennyt Turpeisen määrittelemän kaavion mukaisesti. Opinnäytetyöni on ollut matka, joka on rakentunut kerros kerrokselta ja lopputulos on pitkällisen prosessin kiteytymä. Koska suunnitteluni keskiössä on varsin abstrakti kokonaisuus, poikkeaa suunnitteluprosessi tavanomaisesta tilasuunnittelun mallista. Kokemukseni sekä ympäristöstäni hankkimat vaikutteet ovat muokanneet suunnitteluprosessiani jatkuvasti. Tunnen, että opinnäytetyöni on mitä suuremmilta osin kokonaisuus, jonka lopputulos paljastuu vasta kun olen kulkenut läpi kaikki opinnäytetyöni vaiheet.

Tutkimukseni ja suunnitteluprosessini keskiössä on vuorovaikutus. Työni heijastelee omia kokemuksiani, ammattitaitoani sekä opinnäytetyön työstämisen aikana tekemiäni havaintoja. Työn sisältö ei ole kuitenkaan rajautunut vain omaan sisäiseen prosessiini, vaan työni on rakentunut vuorovaikutuksessa muiden sidosryhmien kanssa. Työni on ollut jatkuvaa kommunikointia messuorganisaation, asiakkaiden, suunnittelutiimin sekä yhteistyökumppaneiden välillä. Jokainen kohtaaminen on ohjannut suunnitteluani eteenpäin ja muotoillut lopputulosta. Toiminnallisuus ja vuorovaikuttaminen ovat muodostaneet työni ytimen ja suunnitelma on rakentunut sidosryhmien kanssa käydyn vuoropuhelun ympärille.



Kaavio 1. Toimintaa ohjaavan (practice-led) tutkimuksen prosessi (Mäkelä ja Routarinne, 2006).



4. MUOTOILUPROSESSI

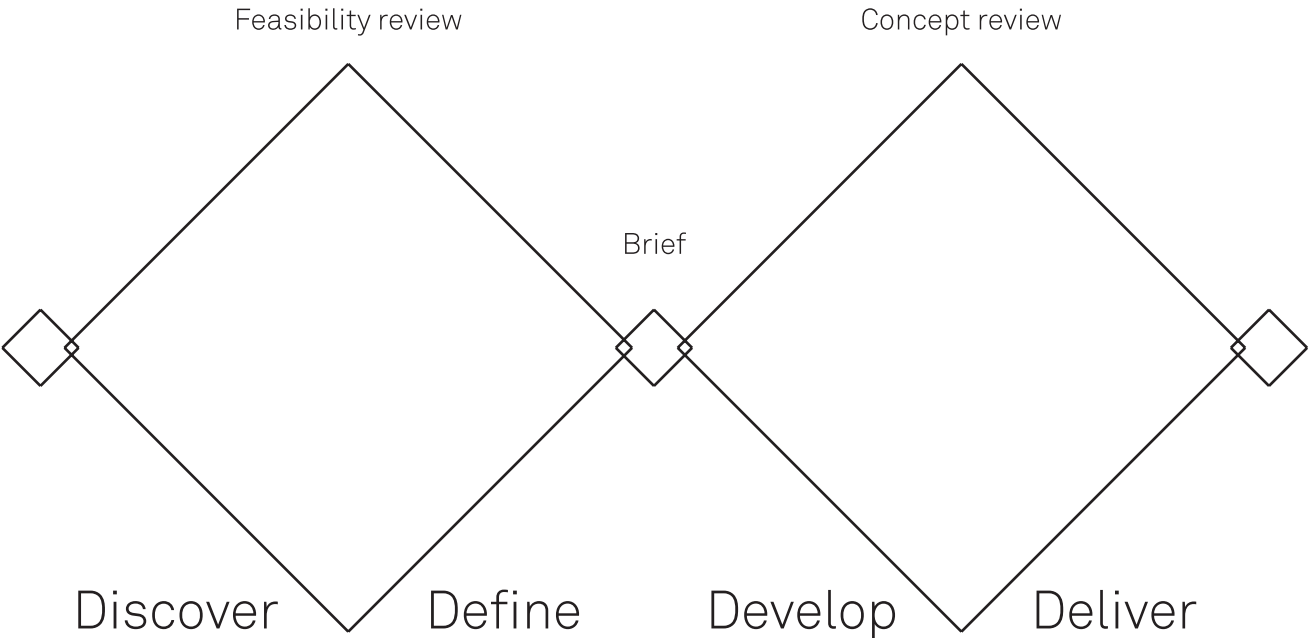
Jokaisella suunnittelijalla tai organisaatiolla on erityinen muotoiluprosessi, joka muodostaa toiminnan ytimen ja suunnittelun selkärangan. Muotoiluprosessi jakautuu vaiheisiin, jotka helpottavat kokonaisuuden hahmottamista sekä tekevät suunnittelutyöstä kattavaa ja kokonaisvaltaista. Muotoiluprosessi voidaan yksinkertaisimmillaan nähdä lineaarisena janana, joka alkaa pisteestä A ja päättyy pisteeseen B. Erilaisia suunnitteluprosesseja on kuitenkin yhtä monta kuin on eri suunnittelijoitakin. Tietynlaiset yhteneväisyydet ja rajapinnat eri prosesseissa on kuitenkin mahdollista määritellä.

British Design Council on määritellyt muotoiluprosessin kaavion 2 mukaisesti. Timantinmuotoisessa kaaviossa lähtökohtana on tutkimushaasteen löytäminen (Discover). Löytämisen vaiheessa korostuvat tarpeiden tunnistaminen ja pohjatutkimuksen tekeminen sekä lähtökohtien analysointi. Tässä vaiheessa suunnitteluhaaste konkretisoituu ja tarvittavien työmenetelmien tarve kiteytyy. (British Design Council, 2013.)

Toinen vaihe British Design Councilin laatimassa suunnitteluprosessissa on haasteen määrittely. Suunnittelijoiden tulee nähdä haaste suuremmassa kontekstissa, johon liittyvät suunnittelua ympäröivät tekijät, kuten markkinatilanne, talous sekä sosiaaliset ja ekonomiset tekijät, joita ovat muun muassa kestävä kehitys ja ympäristövaikutukset. Suunnittelijan tulee myös tiedostaa tuotannon ja teknologian tarjoamat kapasiteetit sekä niiden rajoitukset. Tehtävänä on ymmärtää ja tunnistaa suunnittelua rajaavat tekijät, jotta muotoilulla voidaan saavuttaa sille asetetut tavoitteet. (British Design Council, 2013.)

Kolmas vaihe on konseptin kehittäminen. Tässä vaiheessa yksi tai useampi konsepti kiteytyy aikaisempien vaiheiden tarjoaman tietoperustan pohjalta. Kehitysmetodeja ovat muun muassa brainstorming, visualisoinnit, prototyypit, testaaminen sekä skenaariot. Näitä metodeja käytetään usein jo määrittelyvaiheessa, mutta kehittämisen vaiheessa konsepti kiteytetään konkreettiseksi suunnitelmaksi. Vaiheen tuotoksena on valmis tuote tai palvelu, joka voidaan siirtää tuotantoon tai käyttöön. (British Design Council, 2013.)

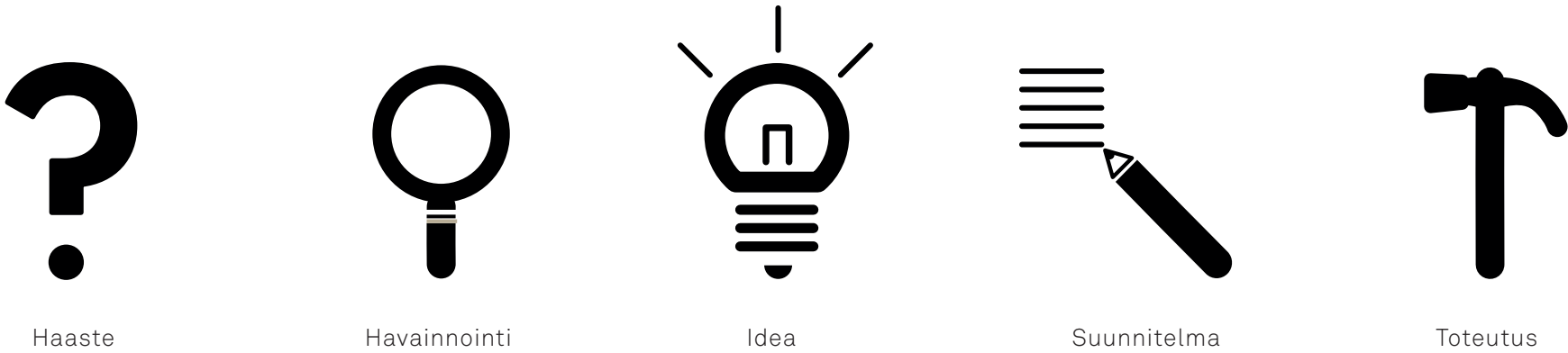
Tuotanto on British Design Councilin määrittelemän muotoiluprosessin viimeinen vaihe. Valmis konsepti käy läpi viimeisen testausvaiheen, jonka jälkeen tuote tai palvelu tuotetaan sekä julkaistaan. Jotta lopputulos olisi onnistunut, tulisi tuotteen tai palvelun ratkaista alkuvaiheessa tunnistetut ongelmat tai haasteet. Tuotantovaihe pitää sisällään myös muotoiluprosessin läpikäynnin sekä arvioinnin, jota käytetään muotoiluprosessin parantamiseen sekä kehittämiseen. Muotoiluprosessi voidaan nähdä jatkumona, joka uusiutuu ja paranee kerta kerran jälkeen. (British Design Council, 2013.)



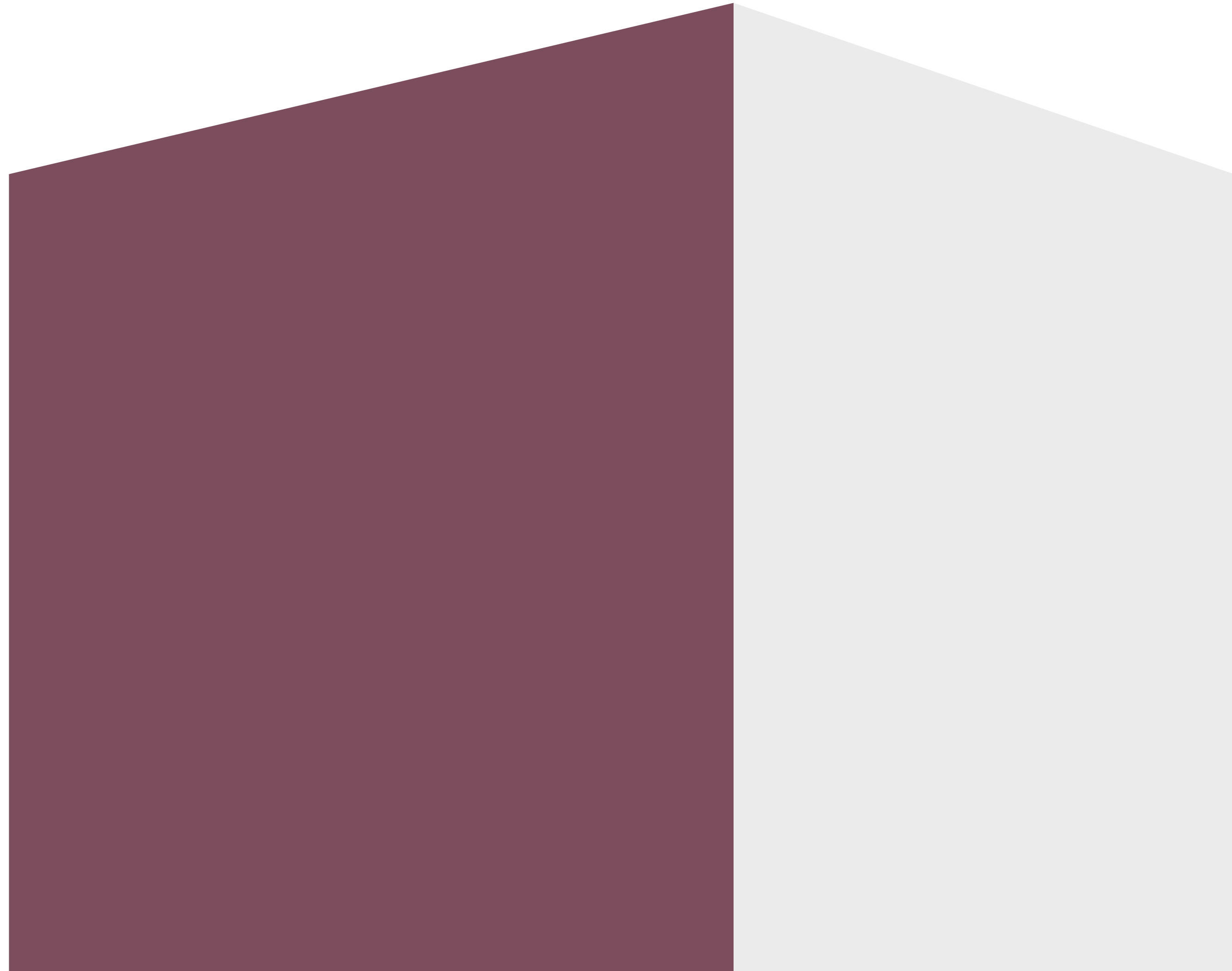
Kaavio 2. Muotoiluprosessin määritelmä (British Design Council, 2013).

Muotoiluprosessi on siis paljon laajempi käsite kuin useimmiten uskotaan. Se ei ole vain muodonantamista esineelle tai sohvan verhoilukankaan valintaa vastaamaan seinän väriä. Kyseessä on laaja kokonaisuus, jossa tunnistetaan haaste tai ongelma sekä pyritään löytämään ratkaisu kulkemalla tiettyjen vaiheiden läpi. Suunnittelun aikana suoritetaan kattavaa taustatutkimusta, kartoitetaan olemassaolevat resurssit sekä kontaktoidaan yhteistyökumppanit ja sidosryhmät. Suunnittelua rajaavat tekijät tunnistetaan ja työ aikataulutetaan resursseja vastaavaksi. Suunnittelutyössä käytetään erilaisia metodeja, jotka ohjaavat työtä parhaaseen lopputulokseen. Testaaminen, prototyypit ja skenaarioiden luominen ovat oleellinen osa suunnitteluprosessia. Suunnittelun vaiheet kiteytyvät konseptiksi, joka tähtää valmiiseen tuotteeseen tai palveluun. Lopputulos ei ole sattumanvarainen tuotos, vaan tarkkaan harkittu kokonaisuus, jossa yksityiskohdat ovat viimeisteltäviä ja käyttäjien tarpeita vastaavia.

Muotohiomossa olemme tiivistäneet muotoiluprosessimme eri vaiheisiin, joista olen poiminut yksinkertaistetut elementit työhöni. Oheinen kaavio kiteyttää oman työni vaiheet, joita olen noudattanut NDB-alueen suunnittelussa. Opinnäytetyöni runko noudattelee myös oheisen kaavion järjestystä, jossa eri vaiheet nivoutuvat yhteen ja lopputuloksena on valmis messualueen konsepti sekä toteutussuunnitelma.



Kaavio 3. Oman muotoiluprosessin vaiheet.



**5. NEW DESIGN ON THE BLOCK -
LÄHTÖKOHDAT JA SUUNNITTELU**

5.1 HABITARE AHEAD! 2013

Vuoden 2013 Habitare Ahead! on sisällöllisesti vahva. Edellisiin vuosiin verrattuna painopiste on enemmän ohjelmasisällöissä ja tuottamisessa. Muotoilu tuodaan lähemmäs käyttäjää ja ajatuksena on, että muotoiluajatteluun ja tekemiseen voivat messukävijät itse osallistua. Suunnittelijat ovat lähellä kuluttajaa ja suunnitteluprosessit tuotteiden takana tehdään entistä näkyvimiksi. Lähtökohtana osallistavassa teemassa on näyttää, miten muotoilu syntyy, ketkä sitä tekevät ja mitkä asiat siihen vaikuttavat.

Ahead!-alueen ohjelmasisältöön panostetaan tänä vuonna vahvasti. Ammattilaisille suunnatut työpajat ohjaa kansainvälinen osallistavaan suunnitteluun erikoistunut organisaatio, joka toimii ammattilaispäivien vetonaulana. Ahead!-alueen areena toimii tapahtumakeskuksena, jonka ympärille sijoittuvat pienemmät työpaja-alueet. Työpajamaista työskentelyä voivat messukävijät seurata reaaliajassa.

Osallistavuusteemaa tuodaan esille erilaisten työpajojen kautta. Näitä toteutetaan kolmessa eri tasossa, jolloin osallistumiseen sitoutetaan kaikki kohderyhmät aina ammattilaisista tavalliseen messukävijään. Ensimmäisen tason työpajat toteutetaan ammattilaispäivinä, jolloin kohderyhmänä ovat design-alan ammattilaiset. Työpajan teema on yhteiskunnallinen. Osallistavan muotoiluprosessin työtavat ja menetelmät korostuvat ammattilaisille suunnatussa ohjelmassa. Toisen tason työpajat on suunnattu näyttelleasettajille, joita yhteistyöyritykset järjestävät näille suunnatuissa Workspace-tiloissa. Kolmannen tason työpajat ovat kuluttajille suunnattuja työpajoja, joita Ahead!-alueella olevat yritykset järjestävät. Näin kaikki kohderyhmät saadaan sitoutettua tuottamaan sisältöä oma-aloitteisesti sekä rakentamaan vuorovaikutusta eri osallistujaryhmien välillä.

2013 Ahead! esittelee tuoreinta muotoilua esittelevän New Design on the Block -alueen lisäksi tunnettuja designbrändejä ja erikoisosastoja, kuten Protoshopin, EcoDesignin, Kaj Franck -muotoilupalkinnon ja Habitare-kilpailun.



5.2 TYÖRYHMÄ

Muotohiomon Tiimi:

- Pekka Toivanen, Muotohiomon toimitusjohtaja ja sisustusarkkitehti; Ahead-alueen suunnittelun projektinjohtaja
- Iikka Airas, teollinen muotoilija; Ahead!-alueen näyttelyarkkitehtuurin pääsuunnittelija
- Piritta Hannonen, AD; Ahead!-alueen visuaalisen ilmeen sekä sisällön suunnittelija
- Anni Hapuoja, tilasuunnittelija; työpajojen ja seminaarien sisällön suunnittelija, kansainväliset kontaktit
- Sanna Viik, sisustusarkkitehtiopiskelija; Päävastuu New Design on the Block -alueen suunnittelussa ja sisällöntuotannossa, workspace-tilojen suunnittelija
- Sami Laine, teollinen muotoilija; Workspace-tilojen suunnittelija ja mallintaja

Suomen Messujen organisaatio:

- Päivi Kukkamäki (ohjelmapääällikkö)
- Santeri Salminen (näyttelyryhmäpääällikkö)
- Heidi Sinisalo (myyntipääällikkö)
- Annika Rosenberg (sales manager)
- Marita Korhonen (rakennustekniikka).

5.3 OMA SUUNNITTELUPROSESSI

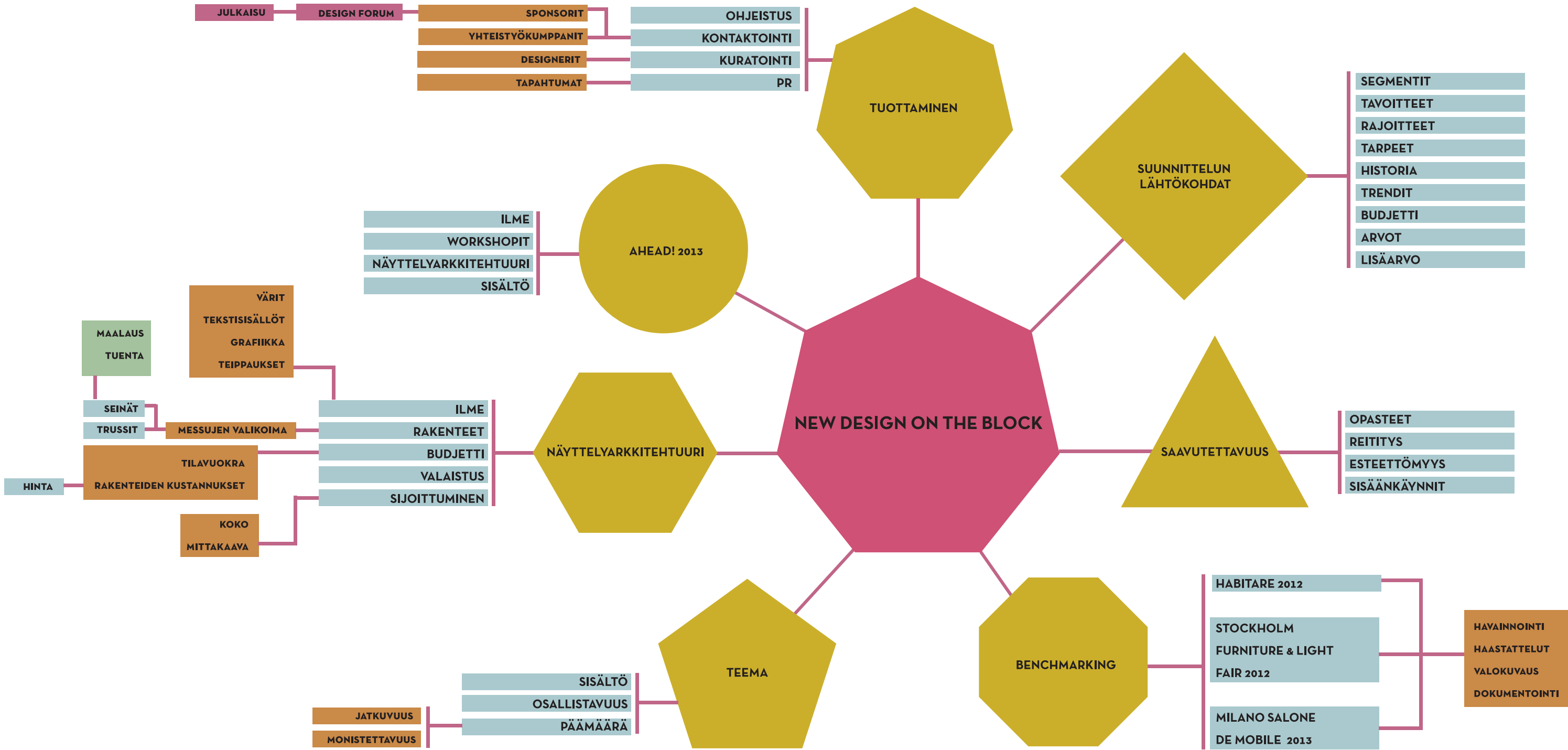
Ahead!-alueen suunnittelu lähti liikkeelle alkusyksystä 2012 kun varmistui, että Design Studio Muotohiomo vastaisi vuoden 2013 Ahead!-alueen sisällönsuunnittelusta. Suunnitteluryhmämme oli luotava uudenlainen messukonsepti, jossa painopiste siirtyisi perinteisestä tilasuunnittelusta yhä enemmän ohjelmasisältöjä painottavaksi. Suunnittelutyöemme lähtökohtana oli tarkastella laajempia kokonaisuuksia niin teemojen konseptoinnin kuin näyttelyarkkitehtuurin osalta. Tavoitteenamme oli tuoda Aheadin sisällöt ja ohjelma lähemmäksi ajankohtaisia muotoilulmiöitä sekä ajan trendejä. Halusimme innostaa ja osallistaa suunnittelullamme niin messukävijöitä, näyttelleasettajia kuin yhteistyökumppaneita.

Syksyn kuluessa suunnittelun lähtökohdat ja suuntaviivat tarkentuivat yrityksen sisäisten ja asiakkaan välisten työpajojen ja palaverien kautta. Suunnittelutiimimme työskenteli tiiviisti yhteistyössä Suomen Messujen kontaktihenkilöiden kanssa ja kartoitti yhteisiä suunnittelun rajapintoja sekä budjetointia. Vuoden 2012 syyskuussa järjestetyt Habitare-messut tarjosivat suunnittelutiimille hyvän pohjan messujen dokumentointiin sekä valokuvaukseen. Muutaman päivän ajan tiimimme keräsi tietoa valokuvaten, kävijöitä ja näyttelleasettajia haastatellen sekä muistioita koostaen. Teimme yhdessä kierroksen asiakkaan kanssa, käyden yksityiskohtaisesti läpi eri osa-alueita. Keskityimme kartoittamaan toimivia messuosastoja, listaamaan parannusta vaativia kohteita sekä havainnoimaan messuja tavallisen messukävijän näkökulmasta. Pyrimme saamaan kokonaisvaltaisen mielikuvan siitä mitä Ahead!-alue Habitaren osana tarkoittaa, miten se eroaa muusta Habitaren tarjonnasta, mitkä ovat sille tunnusomaisia piirteitä ja miten Ahead!-alue avautuu kävijälle.

Perusteellisen pohjatyön ja ideoinnin tuloksena vuoden 2013 Ahead!-alueen suunnittelulle asetettiin tietyt design driverit eli suunnittelua ohjaavat teemat. Pääteemaksi valikoitui yhteispeli, jota tukevia avainsanoja ovat osallistavuus, esteettömyys sekä reititys. Olen itse ollut tiiviisti mukana Ahead!-konseptin sekä sisältöjen suunnittelussa, mutta suurimpana vastuualueenani on ollut New Design on the Block -konseptin kehittäminen ja toteutus. Sain tehtäväkseni suunnitella Aheadiin uudenlaisen messualueen, joka keskittyisi korostamaan nuoria muotoilijoita sekä heidän töitään. Konseptin rakentaminen lähti liikkeelle selkeästä tarpeesta. Kansainvälisten messujen trendien mukaisesti, myös Aheadissa suunnittelijat tulisi tuoda lähemmäs kuluttajaa sekä korostaa esillä olevien tuotteiden takana piileviä tarinoita.

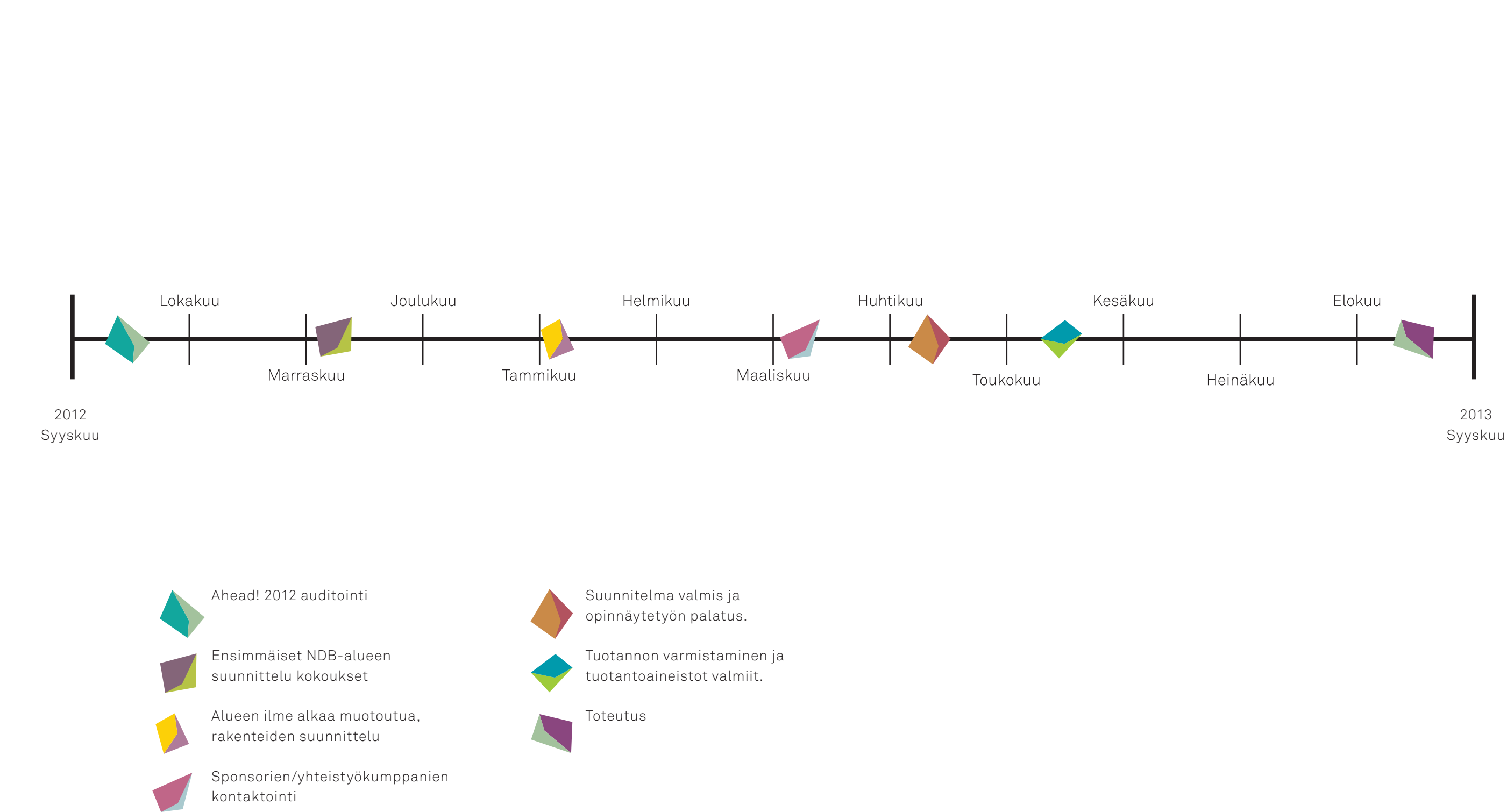
Suunnitteluprosessini on sisältänyt monia eri osa-alueita ja vaatinut monialaista osaamista. Konseptin kehittäminen sekä visuaalinen suunnitelma on ollut vain yksi osa-alue paljon laajemmassa kokonaisuudessa. Olen tehnyt kattavasti pohjatyötä tutustuessani sisustusmessujen nykytilaan sekä tulevaisuuden näkymiin. Suunnitteluprosessini on sisältänyt yhteistyökumppaneiden kartoittamista sekä kontaktointia, sisällöntuottamista, visuaalisen ilmeen suunnittelua sekä näyttelyn ja osallistujien kuratointia.

Ohessa oleva kaavio 4 avaa näkemyksen eri osa-alueisiin, joita olen suunnitteluprosessini aikana käynyt läpi. Kaavio osoittaa, että suunnitteluprosessi on vuoropuhelua monien eri tekijöiden kanssa. Prosessi kattaa paljon suuremman kokonaisuuden kuin mitä silmä voi nähdä. Se on monipuolinen kudelma erillisiä osia, jotka yhdessä muodostavat parhaan mahdollisen lopputuloksen; New Design on the Block -messualueen.



Kaavio 4. NDB-alueen suunnitteluprosessin osat.

5.4 SUUNNITTELUAIKATAULU



5.5 SUUNNITTELUN HAASTEET

NDB-alueen suunnitteluprojektissa suunnittelua rajaavia tekijöitä oli runsaasti, mitkä aiheuttivat omat haasteensa toteutukselle. Näyttelyn rakenteiden, valaistuksen sekä kalusteiden osalta raamit olivat hyvin tiukat ja näiden kustannukset näkyivät suoraan osaston myyntihinnassa. Osaston suunnittelua ei ollut rahoittamassa yksityinen taho tai yritys, vaan osaston rakenteet ovat Suomen Messujen hinnoittelemat. Ratkaisujen tuli tästä syystä olla äärimmäisen kustannustehokkaita ja helposti toteutettavia tinkimättä kuitenkaan visuaalisuudesta tai toiminnallisuudesta.

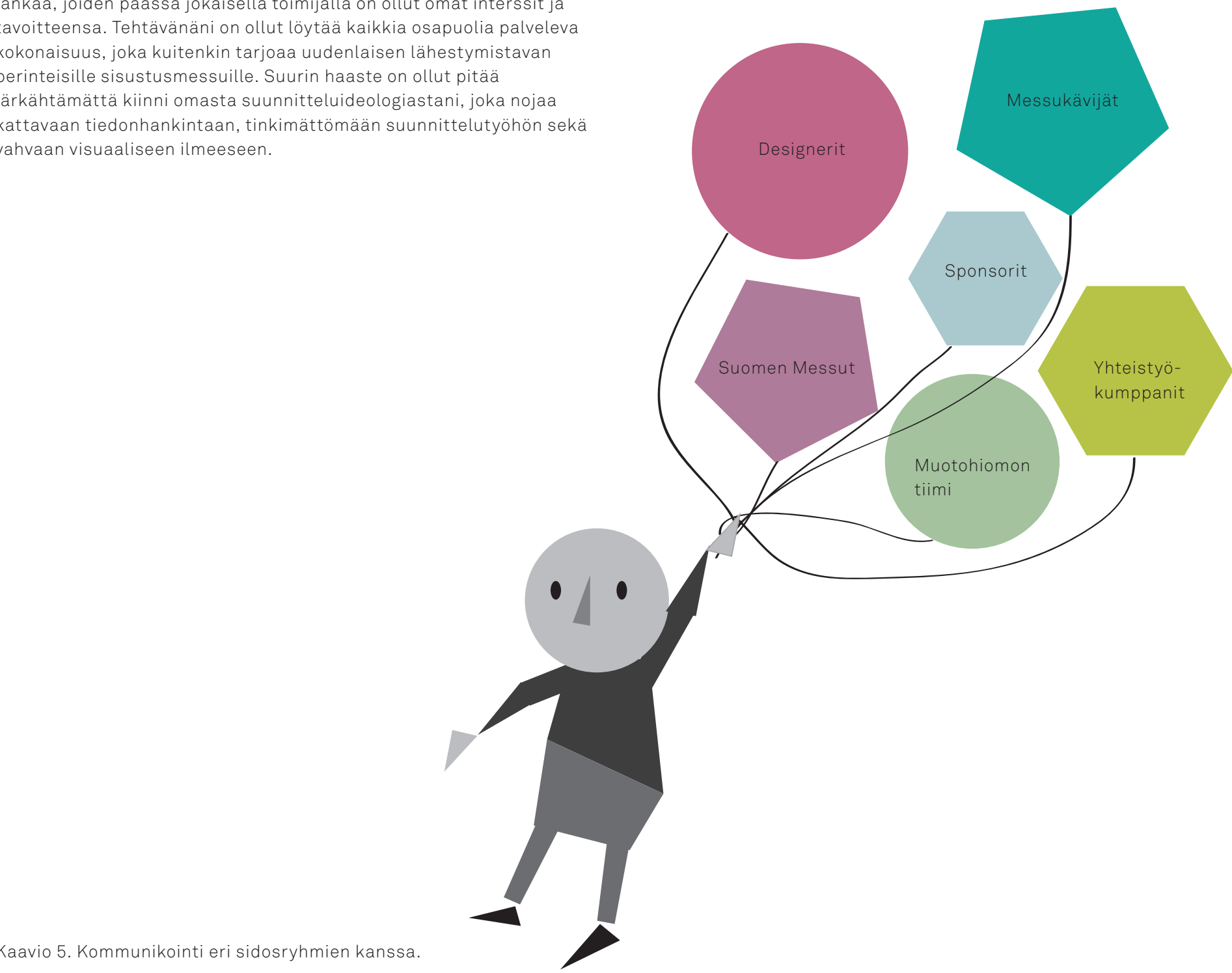
Yksi keskeinen suunnitteluhaaste koski alueen sijaintia 7. hallin pylväskäytävässä. Viime vuonna, tilallisesti vaikuttava käytävä oli tyhjiällä, ja Muotohiomo keksi valjastaa sen tänä vuonna NDB-alueen käyttöön. Pylväskäytävä on ollut aiempina vuosina haasteellinen tila messujen myynnille, sillä näytteilleasettajat kokevat usein pylväsrivistön rajaavan liiaksi tilaa. Pylväiden piilottamisen ja peittelyn sijaan pyrin suunnitelmallani korostamaan niiden muodostamia pitkiä käytävänäkymiä sekä massiivisuutta.

Oman haasteensa alueen suunnittelulle asetti myös sijainti, sillä NDB-alue toimii sisäänkäyntinä Ahead!-alueelle. Sisäänkäynnin korostaminen oli ensiarvoisen tärkeää, sillä alue luo ensimmäisen mielikuvan Aheadiin saavuttaessa. Rakenteiden ja värien on oltava näyttävät sekä kiinnostavat, jotta ne herättävät tarpeeksi vahvan tunteen siitä, että vierailija siirtyy Habitaren alueelta Aheadiin.

Selkeän haasteen suunnitteluun lisäsivät myös erilaiset näytteilleasettajat sekä heidän tarpeensa. NDB-alueen ilme on erottuva ja vahva, muttei rajaa liikaa suunnittelijoiden omaa vapautta toteuttaa visioitaan ostamallaan näyttelyalueella. Tila houkuttelee messukävijöitä sekä saa heidät pysähtymään näytteilleasettajien luona. Kulkeminen ja reititys on selkeää ja yhdenmukaista.

Sen sijaan, että olisin fokusoinut suunnitteluni yhdelle asiakkaalle, on suunnitteluprosessissa täytynyt ottaa huomioon monta eri käyttäjäryhmää ja intressiä. Suunnittelun on palveltava niin messujärjestäjää, näytteilleasettajia kuin messukävijöitä.

Suunnitteluprosessi on ollut suurelta osin vuoropuhelua eri yhteistyökumppaneiden kanssa. Olen pitänyt käsissäni montaa eri lankaa, joiden päässä jokaisella toimijalla on ollut omat intressit ja tavoitteensa. Tehtävänäni on ollut löytää kaikkia osapuolia palveleva kokonaisuus, joka kuitenkin tarjoaa uudenlaisen lähestymistavan perinteisille sisustusmessuille. Suurin haaste on ollut pitää järkähtämättä kiinni omasta suunnitteluideologiastani, joka nojaa kattavaan tiedonhankintaan, tinkimättömään suunnittelutyöhön sekä vahvaan visuaaliseen ilmeeseen.



Kaavio 5. Kommunikointi eri sidosryhmien kanssa.



**6. MESSUT - OSALLISTAVUUS JA
ELÄMYSTEN MERKITYS**

6.1 MESSUT EILEN JA TÄNÄÄN

Messujen alkuperää on mahdotonta ajoittaa tarkasti, mutta uskotaan, että ensimmäiset kirjoitukset markkinoiden kaltaisista kauppapaikoista ajoittuvat noin 500 vuotta eaa. Menneiden vuosisatojen ajan ihmiset ovat kokoontuneet yhteisille kauppapaikolle kohtaamaan toisiaan kaupankäynnin merkeissä. 1700-luvun kuluessa kaupankäyntiin suunnattujen markkinoiden määrä väheni ja messut syntyivät ensi kertaa kirkollisten juhlien yhteydessä järjestetyistä markkinatilaisuuksista. 1800-luvulla Yhdysvalloissa maatilatuotteita tarjoavilla messuilla ryhdyttiin esittelemään palkintokarjaa sekä kilpailemaan karjankasvatuksessa. Messut muuttuivat aiempaa viihdyttävimmiksi ja messutapahtumiin saavuttiin kokemaan sekä näkemään uutta. (IAFE, 2013.)

Suomessa ensimmäiset viralliset messut koettiin vuonna 1920 Johanneksen kirkon kentällä. Kansanjuhlassa oli kävijöitä yli 120 000 ja näyttelleasettajiakin yli tuhat. Kyseessä oli suuren mittaluokan tapahtuma vuosisadan alun Suomessa. 20-luvulta lähtien messuja on järjestetty joka vuosi ja niiden teemat ovat vaihdelleet ajankohdan toimintatapoja mukaillen (Helsingin Messukeskus 2013). Viimeisimpinä vuosikymmeninä kohtaamisen merkitys on korostunut myös muun kuin elinkeinonharjoittamisen ja viihteen kautta. Messujen ohjelmasisältöjen merkitys on kasvanut ja messujen teemat ovat yhä moninaisempia.

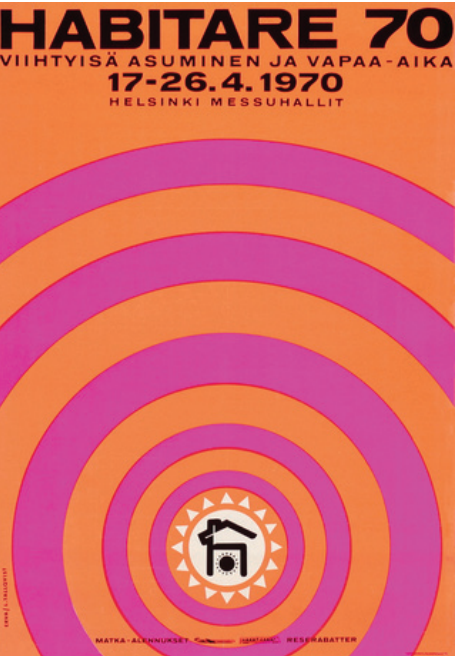
Tänä päivänä messut toimivat kohtamispaikkana ammattilaisille, kuluttajille kuin näyttelleasettajille. Messuilta haetaan ideoita, inspiroidutaan sekä pyritään löytämään yhteistyökumppaneita ja uusia tuotteita. Habitare-messuja on järjestetty vuodesta 1970 lähtien ja Habitare on vakiinnuttanut paikkansa Suomen suurimpana sisustus- ja designalan messutapahtumana.

Habitare järjestetään vuosittain Helsingin messukeskuksessa, jonne kokoontuvat viiden päivän ajaksi niin messukävijät kuin sisustusalan ammattilaiset. Vuonna 2013 Habitare järjestetään 24. kerran ja messujen tarjonta liittyy kotien ja julkitilojen sisustamiseen. Ahead!-alue on Habitaren sisällä, omana kansainvälistä designia esittelevänä alueenaan. Aheadin konseptiin liittyy erityinen näyttelyarkkitehtuuri,

jonka teemat ja toteutustavat vaihtuvat vuosittain. Ahead! lanseerattiin ensimmäisen kerran vuonna 2007 ja syksyllä 2013 nähdään jo kuudes Ahead!-alue. (Kukkamäki, 2013.)

Habitaren nykyinen sisältö muotoutui 2000-luvun taitteessa, kun messut muuttuivat pelkistä huonekalumessuista sisustusta painottavaksi kokonaisuudeksi. Huonekalujen lisäksi sisällössä ryhdyttiin korostamaan sisustusta täydentäviä tuotteita, kuten materiaaleja, valaisimia ja pienesineitä. Ulkomaisilla alan ammattimessuilla messuosastot sijoittuvat eri alueille tyyli-suuntien mukaan. Habitaressa tuotteet jaotellaan eri tuoteryhmien perusteella. (Kukkamäki, 2013.)

Vuoden 2005 messujen yhteydessä jaottelu uudistettiin, sillä erityisesti muotoiluun panostaville sekä kansainvälisille markkinoille tähtääville yrityksille ja tuotteille tarvittiin oma yhtenäinen alueensa. Suomen Messujen organisaatio kokosi konseptin suunnitteluun työryhmän, johon kuuluivat Laura Sarvilinna Huippu Design Managementista, Jukka Savolainen Designmuseosta ja Juulia Kauste Arkkitehtuurimuseosta. Alueelle annettiin nimi Ahead!. Nimen haluttiin viestivän dynaamista ja tulevaisuuteen tähtäävää asennetta. Ahead!-alueesta muodostui Habitare-messujen uusi, kansainvälisyyttä korostava kokonaisuus. (Kukkamäki, 2013.)



Viime vuosien aikana Habitaren kävijämäärät ovat kuitenkin olleet laskussa. Levikintarkastus Oy:n laatimien messutilastojen mukaan vuonna 2001 kävijöitä oli lähes 100 000 ja näyttelleasettajia hieman yli 500. Samankaltainen trendi jatkui aina vuoteen 2005, jolloin kävijämäärät olivat jo kääntyneet laskuun. Vuonna 2009 tapahtuma muuttui jokavuotiseksi, sillä ennen tätä Habitare oli järjestetty joka toinen vuosi. Vuosittaiseksi muuttuneen Habitaren kävijämäärät jatkoivat edelleen laskuaan. Vuonna 2009 kävijöitä oli hieman yli 60 000 ja vuonna 2012 kävijöitä oli yhteensä enää hieman yli 56 000. (Levikintarkastus Oy, 2012.)

Mistä kävijämäärien lasku siis johtuu? Habitare-messuja tarkastellessa huomaa, että sisältö on pysynyt lähes samanlaisena viime vuodet. Ahead!-alueen tarjonnasta löytyvät vuosittain perinteiset näyttelyt, kilpailut ja kokoonpanot. Ahead!-alueella suurin osa näyttelleasettajista on kotimaisia ja kansainvälisten näyttelleasettajien houkuttelu on haastavaa. Kansainvälisessä mittakaavassa Habitare-messuja ei juuri tunneta, vaikka Habitare kilpaileekin muun muassa Milanon ja Tukholman messujen kanssa.

Aheadin siirto suureen halliin 7 on myös herättänyt närää osassa messukävijöistä sekä näyttelleasettajista, sillä suuri halli on koettu tunnelmaltaan kolkoksi. Ohjelmallisesti messut ovat olleet myös haastavat. Viimevuosina on voinut havaita, ettei kantava teema ole ollut tarpeeksi vahva ja näkyvä. Messujen houkuttelevuus ei synny lisäämällä elementtejä ja ohjelmallista kuorrutusta, vaan miettimällä syvällisesti, mitä messukävijöille halutaan tarjota ja mitä he oikeastaan messuilta toivovat.

On haastavaa sanoa yhtä oikeaa syytä Habitaren messukävijöiden määrän vähenemiseen. Luultavasti suurin yksittäinen tekijä on ollut Habitare-messujen muuttuminen jokavuotiseksi. Omien havaintojeni perusteella uskallan kuitenkin väittää, että sisustusmessujen ohjelmasisältö ja tarjonta ei enää vastaa kuluttajien odotuksia ja toiveita. Messukävijöille ei nykypäivänä riitä vain tuotteiden katselu ja messutunnelmasta nauttiminen. Messukävijät elävät globaalissa maailmassa. He näkevät ja kokevat uutta, sekä maksuvat jatkuvasti

vaikutteita ympäri maailmaa. Globalisoitumisen on suurelta osin mahdollistanut internetin arkipäiväistyminen ja matkailun lisääntyminen.

Maailma on kutistunut ympärillämme, eivätkä messut ole enää ainoa kanava saada tietoa uutuuksista ja viimeisimmistä trendeistä. Modernit messukävijät kaipaavat elämyksellisyyttä, virikkeitä sekä sisältöjä, jotka tuovat lisäarvoa messukokemukseen. Heille ei enää nykypäivänä riitä vain messujen katseleminen ja passiivinen havainnointi. Moderneilla messuilla kävijän on voitava osallistua ja vaikuttaa messujen sisältöön. Heillä on oltava mahdollisuus päästä vuorovaikutukseen niin näyttelleasettajien kuin muiden messukävijöiden kanssa.

6.2 MIKSI OSALLISTAVA NÄKÖKULMA?

Maailmankuvamme pienentyessä kulutustottumuksemme ja tarpeemme muuttuvat. Nykypäivänä ei tarvitse mennä messuille hakemaan viimeisimpiä trenditietoja, sillä tämä hoituu muun muassa sosiaalisen median ja blogien kautta. Informaation saanti on helpottunut yhteiskunnan modernisoitumisen myötä ja internet on aina ulottuvillamme. Uusin tieto päivittyy reaaliajassa mobiililaitteisiimme ja messujen on haastavaa kilpailla perinteisellä ohjelmatarjonnallaan.

Sen sijaan, että messukävijää pidettäisiin passiivisena havainnoijana, olisi häntä siirryttävä ajattelemaan aktiivisena osallistujana. Messut eivät myöskään ole ainoastaan kävijöitä varten. Näytteilleasettajat ovat perinteisesti saapuneet messuille esittelemään uusimpia tuotteitaan, tapaamaan mahdollisia asiakkaita sekä potentiaalisia yhteistyökumppaneita, ja hoitamaan kaupankäyntiä. Näytteilleasettajat voisivat saada nykyistä enemmän hyötyä messuille osallistumisestaan, jos he aktiivisesti ryhtyisivät hyödyntämään kuluttajien mahdollisuutta osallistua toimintaan. Messukävijöitä voisi osallistaa esimerkiksi kuluttajapalautteen keräämisen tai tuotekehityksen muodossa.

Osallistavuus itsessään ei ole uusi käsite. Wright & McCarthyn (2010, 7) mukaan osallistavan muotoilun juuret ulottuvat 1970-luvulla Skandinaviassa virinneeseen työpaikkojen demokraattiseen liikkeeseen. Osallistava muotoilu nousi pinnalle reaktion uuden teknologian ja tietokoneiden kehittymisen myötä. Skandinaavien demokraattinen yhteiskuntamalli oli oiva alusta kehittää uusia toimintamalleja, joissa työntekijöitä osallistettiin suoraan työpaikkojen työolosuhteiden kehittämisessä. 1970-luvulla toteutetuissa projekteissa siirryttiin perinteisestä tutkimuspohjaisesta kehittämismallista osallistavampaan suuntaan. Yliopistojen tutkijat, työnantajat sekä työntekijät ryhtyivät yhdessä kehittämään parempia työolosuhteita työväestölle. (Wright & McCarthy, 2010.)

Mullerin (2010) mukaan osallistava muotoilu koostuu joukosta eri teorioita, käytäntöjä ja oppeja, jotka liittyvät loppukäyttäjän toimintaan. Ala on poikkeuksellisen laaja, sillä se sisältää elementtejä useilta eri aloilta. Näitä ovat muun muassa käyttäjälähtöinen

suunnittelu, arkkitehtuuri, graafinen suunnittelu, ohjelmistojen kehittäminen, psykologia, antropologia, sosiologia sekä työntutkimus, viestintätutkimus ja yhteiskuntapoliitiikka. (Muller, 2010.)

Osallistavassa suunnitteluprosessissa on useita erilaisia menetelmiä, joita voidaan hyödyntää prosessin kuluessa. Käyttäjien osallistamista voidaan määrittää kolmella eri tasolla. Ylitalo-Kallio (2012) on määritellyt osallistavan suunnitteluprosessin tasot seuraavasti: ensimmäinen taso on suunnittelua käyttäjille (design for users), jossa käyttäjistä kerätään tietoa eri menetelmin, mutta käyttäjät eivät itse osallistu suunnitteluun. Toinen taso on suunnittelua käyttäjien kanssa (design with users), jossa käyttäjät ja suunnittelijat suunnittelevat tuotteita ja palveluja yhdessä. Tässä tavassa suunnittelijat ovat edelleen ratkaisevassa osassa suunnitteluprosessin etenemisessä. Kolmas taso on käyttäjien tekemä suunnittelu (design by users). Tällä tasolla käyttäjät ovat innovaattoreita ja suunnittelijan rooli on mahdollistava. (Ylitalo-Kallio, 2012.)

Näitä metodeja hyödyntämällä messujen sisältöön voidaan tuoda uusia ulottuvuuksia. Jos messukävijät nähdään aktiivisina osallistujina, on mahdollista luoda uudenlaista vuorovaikutusta niin sisällöntuottajien kuin messukävijöiden ja näytteilleasettajien välillä. Ajatusten vaihto sekä kohtaaminen ovat tällöin vuorovaikutuksen keskiössä.

6.3 OSALLISTAVUUS MESSUSUUNNITTELUSSA

Osallistavuus on kantavana teemana koko 2013 Ahead!-alueen sisällöntuotannossa. Suunnittelemamme ohjelmasisältö rakentuu osallistavuuden periaatteille. Messukävijät pääsevät osallistumaan messuilla järjestettäviin työpajoihin. Näiden toteuttamiseen osallistetaan niin messukävijöitä, ammattilaiskävijöitä kuin näytteilleasettajia. Ohjelmarungot rakentuvat tiiviissä yhteistyössä Suomen Messujen ohjelman teemoista ja sisällöistä vastaavan tiimin kanssa.

NDB-alueen tuottamisen tavoitteena on osallistaa suunnittelijat toteutukseen käyttämällä Ylitalo-Kallion määrittelemää osallistavan muotoilun kolmatta tasoa, jossa käyttäjät (tässä tapauksessa kutsuttavat designerit) ovat innovaattoreita alueen toteutuksessa. Tavanomaisesta osallistavan muotoilun prosessista tämä metodi poikkeaa siinä, että osallistujat ovat kaikki ammattimuotoilijoita. Lähestymistapa on kuitenkin kiinnostava ja näkökulma uudenlainen. Suunnittelijat pääsevät vapaasti toteuttamaan ostamansa tilan ilmettä, kuitenkin niin, että päämäärä on kaikilla sama; näyttää millaisia vaiheita muotoiluprosessiin kuuluu ja mistä tuotteiden takana piilevät ideat syntyvät.

Oman suunnitteluprosessini tavoitteena on kasvattaa näytteilleasettajien ymmärrystä muotoiluprosessien esiintuomisen tärkeydestä. Prosessien merkitystä tulee korostaa messukävijälle, sillä tarkoituksena on, että suunnittelijoiden ja messuvieraiden väliset kohtaamiset lisääntyvät.

Suunnittelijat voivat itse määritellä, miten he konkreettisesti tuovat muotoiluprosessit esiin omilla osastoilla. He voivat tehdä sen visuaalisesti kuvakollaasien avulla tai tekstimuodossa seinillä. Pätevä tapa on myös kannustaa messukävijöitä keskusteluun ja vuorovaikutukseen. Tärkeintä on, että prosessit näkyvät ja kuuluvat alueella, joka on niiden esiintuomista varten suunniteltu.

NDB:n galleriamainen erikoisosasto toimii suunnittelijoiden ja käyttäjien kohtaamispaikkana. Suunnittelijalle NDB -alue tarjoaa tilaisuuden kertoa tarinaa omasta suunnitteluprosessista ja avata tuotteen syntyyn vaikuttaneita ideoita sekä ajatuksia.

Suunnittelijoilla on mahdollisuus viestiä miten käyttäjälähtöistä muotoilu on. Esillä olevien tuotteiden lisäksi suunnittelija paljastaa omasta itsestään enemmän kuin tavanomaisesti. Tuotteet kertovat tarinaa suunnittelijasta ja suunnittelija voi kerätä arvokasta käyttäjäkokemusta messuvierailta. Alueen tarkoituksena on tuoda suunnittelija lähelle käyttäjää ja osoittaa, mistä hyvässä designissa on kyse.

Vuorovaikutus näkyy myös työpajoissa, joihin NDB-alueen suunnittelijoilla on mahdollista osallistua messukävijöiden kanssa. Näin messukävijät pääsevät vaikuttamaan ja näkemään miten osallistava muotoiluprosessi käytännössä toteutetaan. Kävijöille syntyy syvempi ymmärrys siitä, miten muotoiluprosessi viedään läpi ja millaisia vaiheita siihen sisältyy.

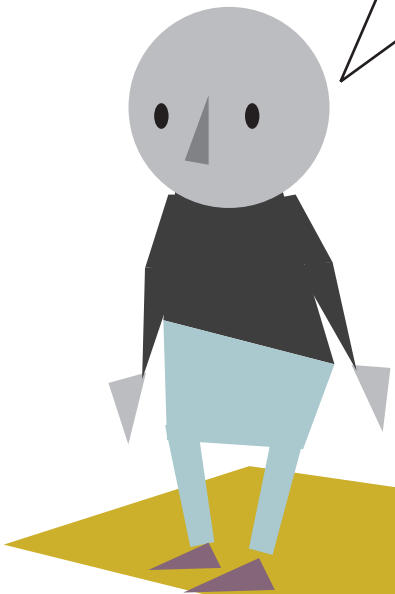
6.4 SUUNNITTELIJA VS. MESSUKÄVIJÄ

Mitä näytteilleasettajat, ammattilais- ja messukävijät sitten voivat saada toisiltaan? Näytteilleasettajina toimivien suunnittelijoiden on mahdollista kerätä messukävijöiltä suoraa palautetta ja he pääsevät kontaktiin loppukuluttajien kanssa. Messukävijät voivat toimia tuotteen testaajina sekä koekäyttäjinä. Fyysinen kontakti tuotteeseen sekä muotoilusta kertovat tarinat jättävät vahvan muistijäljen. Esillä olevat esineet saavat aivan uuden, henkilökohtaisen merkityksen. Suunnittelija pääsee tapaamaan kollegoja sekä vaihtamaan ajatuksia. Messukävijät ovat kaiken keskellä kokemassa ja aistimassa tilassa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Suunnittelijat voivat inspiroitua luovassa kohtaamispaikassa, jossa vierailijat pääsevät kertomaan ajatuksia ja mielipiteitä suunnittelusta sekä nähtävillä olevista tuotteista.

Messukävijälle New Design on the Block tarjoaa mahdollisuuden nähdä miten designtuotteet syntyvät ja keitä ovat suunnittelijat tuotteiden takana. Messukävijöille on mahdollista luoda tunne siitä, että he ovat olleet osana kehitysprosessia. NDB-alueen kohderyhmänä ei ole ainoastaan suunnittelijat ja potentiaaliset yhteistyökumppanit, vaan kaikki sisustusmessuista kiinnostuneet vierailijat. Tilan rakenteet edesauttavat kohtaamista, sillä kaikki on lähellä ja helposti lähestyttävissä. Messukävijöiden on vaivatonta saapua tilaan ja kulkea seinämien taitteiden lomitse. Seinillä olevat tekstit kertovat suunnittelijoista ja avaavat ideologiaa suunnittelun taustalla myös niille, jotka haluavat rauhassa tutustua tuotteisiin ilman vuorovaikutusta tai keskustelua.

Onnistuneen vuorovaikutuksen edellytyksenä ovat avoimet ja helposti lähestyttävät suunnittelijat, jotka ottavat vierailijat vastaan ennakolluulottomasti ja lämmöllä. On ensiarvoisen tärkeää ymmärtää, että vuorovaikutus syntyy vain ihmisiä kohtaamalla. Jos suunnittelija on vetäytynyt tai passiivinen, on mahdollista, ettei toivottua kanssakäymistä suunnittelijoiden ja messukävijöiden välillä synny.

**INNOSTUNUT
AVOIN
LÄHESTYTTÄVÄ
TIEDONHALUINEN
KOKEILEVA
MAHDOLLISTAVA
ENNAKKOLUULOTON**



6.5 MESSUT JA ELÄMYKSELLISYYS

Elämykset ja kokemukset ovat yhä suuremmassa osassa nykypäivän palvelujen tuottamista. Elämyksiä hyödyntämällä tuotetaan palveluja niin hotelli- ja ravintola-, matkailu- sekä kulttuuripalvelujen alalla. Messutoiminnalla on merkittävä rooli näillä elämysteollisuuden osa-alueilla. Elämisyhteiskunnassa palvelujen sijaan yhä suurempi painoarvo on kokemuksilla sekä lupauksilla elämyksestä. (Virkkula, Ahola, Moisander 2008, 3.)

Messuille ominainen piirre on se, että ne kokoavat yhteen alan keskeisimmät toimijaryhmät (Virkkula et al. 2008, 4). Messut koetaan viihteellisinä paikkoina, joissa vietetään aikaa niin perheen kuin ystävien kesken. Erityisen merkityksellistä messukävijälle ovat tarinat, joiden kautta messuvieraat rakentavat miellyttävän messukokemuksen. Messuja kulutetaan myös oppimis- sekä kaupallisessa mielessä, jolloin messukävijän kokemus syvenee uuden oppimisen ja kaupankäynnin myötä (Virkkula, Ahola, Moisander 2008,16).

Messut koostuvat henkilökohtaisesta myyntityöstä sekä markkinoinnista. Messuosasto suunnitellaan huomiota herättäväksi kokonaisuudeksi. Messumarkkinoinnissa tiivistyvät asiakkaiden kohtaaminen, tuotteiden esittely sekä myynti- ja suhdemarkkinointi. Messut voidaan jaotella kahteen päätyyppiin; ammattimessuihin sekä yleisömessuihin, jotka ovat kuluttajille avoimia messuja. (Virkkula, Ahola, Moisander 2008, 21.)

Eeva-Katri Ahola kirjoittaa Elämysten kulutusta (2007) koskevassa väitöskirjassaan että kuluttajien elämys rakentuu neljän eri osa-alueen kautta. Nämä osa-alueet ovat 1) edistyksen kokemiseen sekä 2) tunteisiin liittyvä elämyksellisyys, 3) kehollinen elämyksellisyys sekä 4) henkilökohtaiseen osallistumiseen liittyvä elämyksellisyys. Tunteisiin liittyvä elämys syntyy silloin, kun kuluttajat kohtaavat asioita ja ihmisiä, jotka tulevat lähelle ja luovat tunnetiloja. (Ahola, 2007.)

Edistyksellisuuden kokemiseen liittyvä elämys korostaa messukävijän tarvetta kerätä ideoita, inspiraatiota, asiantuntijuutta ja mahdollisuutta saada oivalluksia. Kehollinen elämys koostuu aistimisesta ja liikkumisesta. Onnistunut kehollinen elämyksellisyys edellyttää, että messukävijällä on mahdollisuus kokea tila häiriöttömästi. (Ahola, 2007.)

Aholan mukaan elämyksen neljäs osa-alue on henkilökohtainen osallisuus. Se tuo esiin messukävijän tarpeen kommentoida ja vastaanottaa kulttuuripalveluihin liittyviä kokemuksia sekä mahdollisuutta osallistua näiden palvelujen varaan rakentuviin foorumeihin. Ahola korostaa median merkitystä kulttuuripalvelujen kokemuksen määrittelijänä. Hänen mukaansa media tarjoaa kuluttajille valmiita tarinoita siitä, millä tavalla heidän tulisi näyttely kokea tai kuluttaa. (Ahola, 2007.)

Elämys on siis vahva tunnetila, joka syntyy vuorovaikutuksessa ympäristömme kanssa. Koemme ja näemme ympärillämme asioita, joita heijastelemme aiempien kokemustemme kautta. Fyysisellä toiminnalla on elämyksen synnyssä suuri merkitys, sillä se syventää aistimaamme kokemusta ja tarjoaa sille uuden ulottuvuuden. Voimme muokata ympäristöä elämysten synnylle suotuisammaksi. Meillä on myös mahdollisuus vaikuttaa ennakoon luoduilla mielikuvilla ihmisten odotuksiin ja tapohin kohdata elämykselliseksi koettu tila.

6.6 ELÄMYKSEN EVOLUUTIO

Elämyksen muuttaminen sanoiksi on haastavaa, sillä elämys on täysin subjektiivinen kokemus. Elämys ei ole irrallinen asia, jonka voimme nähdä tai antaa toiselle (1.). Elämystä ei myöskään voi pukea päälle tai omistaa (2.). Meillä on kuitenkin mahdollisuus rakentaa sopiva tila elämyksen synnylle (3.). Elämyksen muodostumiseen vaikuttavat kaikki aistimme. Aisteja aktivoimalla voidaan synnyttää tunnetiloja, ääniä, makuja, tuoksujä tai tuntemuksia. Toisin sanoen, on mahdollista rakentaa fyysinen ympäristö, joka kutkuttelee aistejamme oikealla tavalla.

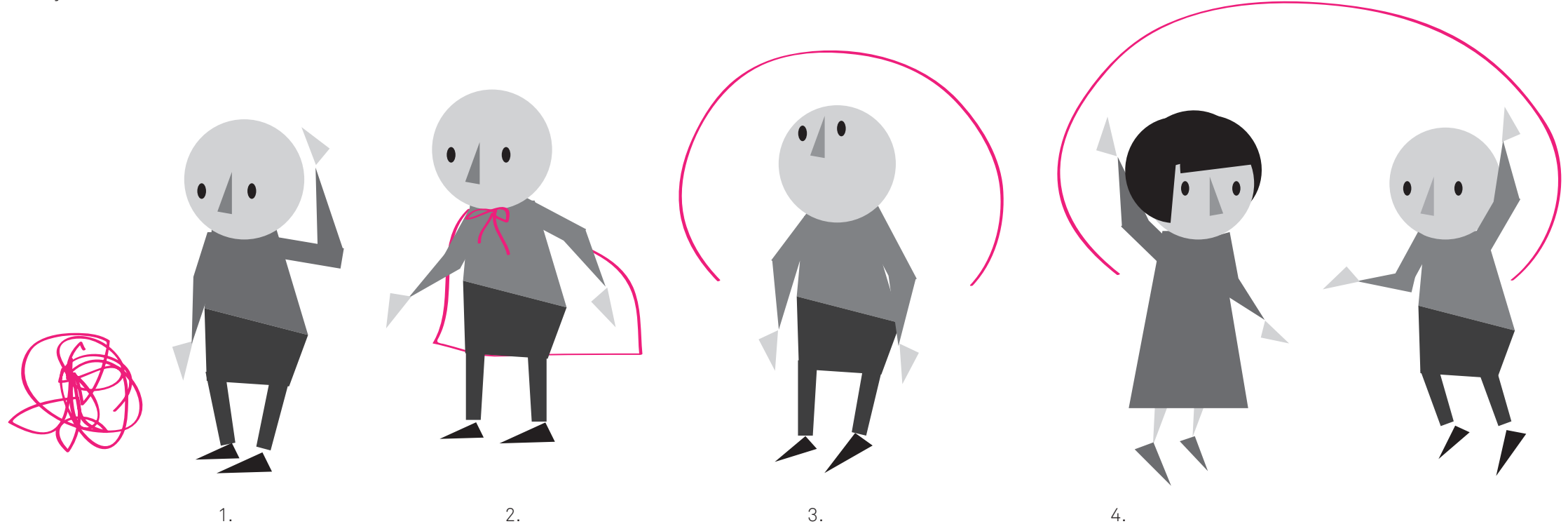
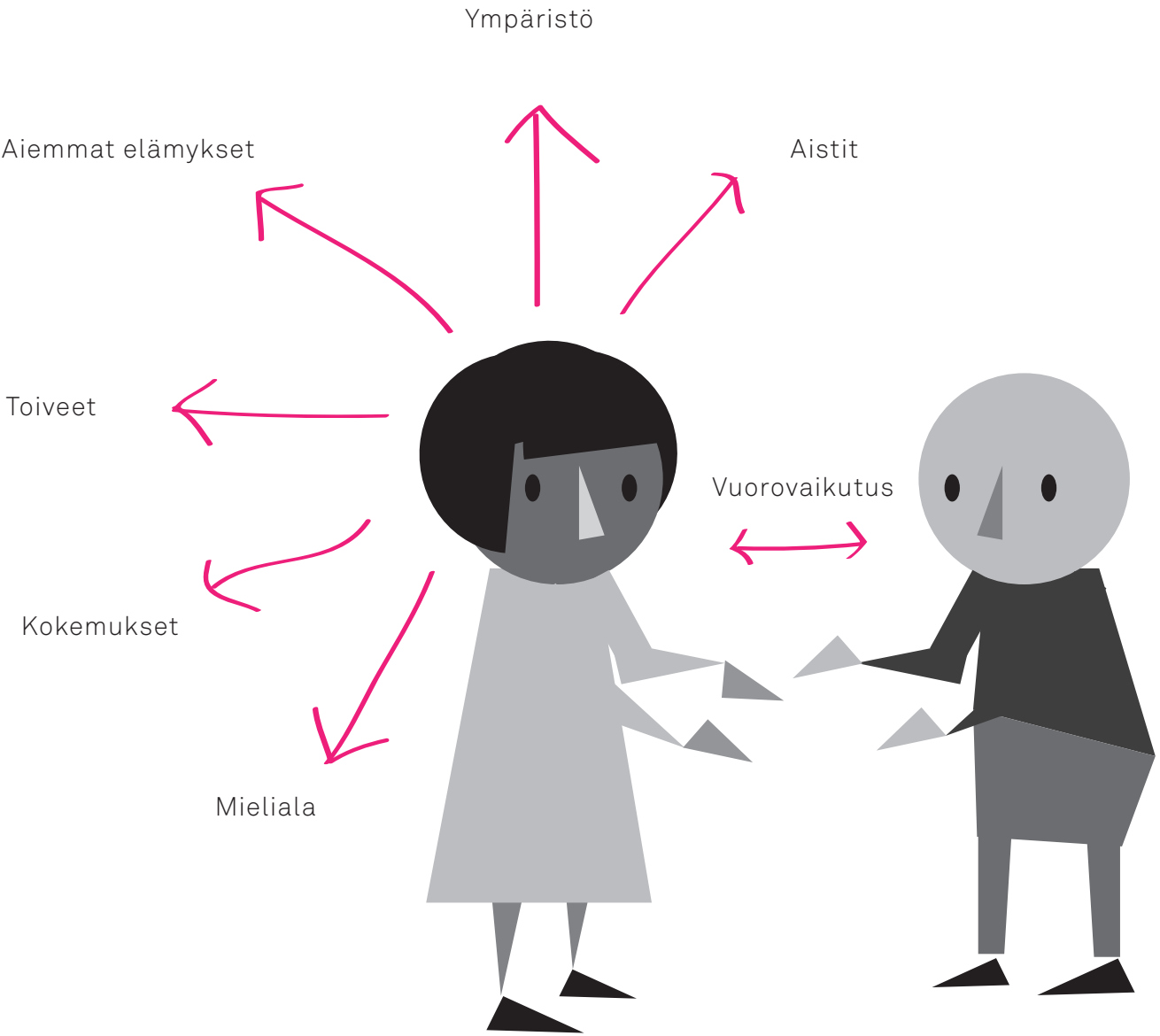
Elämys on itsessään moniulotteinen ja monimutkainen kokonaisuus. Wright & McCarthy (2010,14) mukaan se on kokemusten, tunteiden, älyn ja toiminnan vuorovaikutusta tietyssä ajassa ja paikassa. Vuorovaikutteinen elämys rakentuu ihmisten kohtaamisessa ja vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. (Wright & McCarthy,2010.)

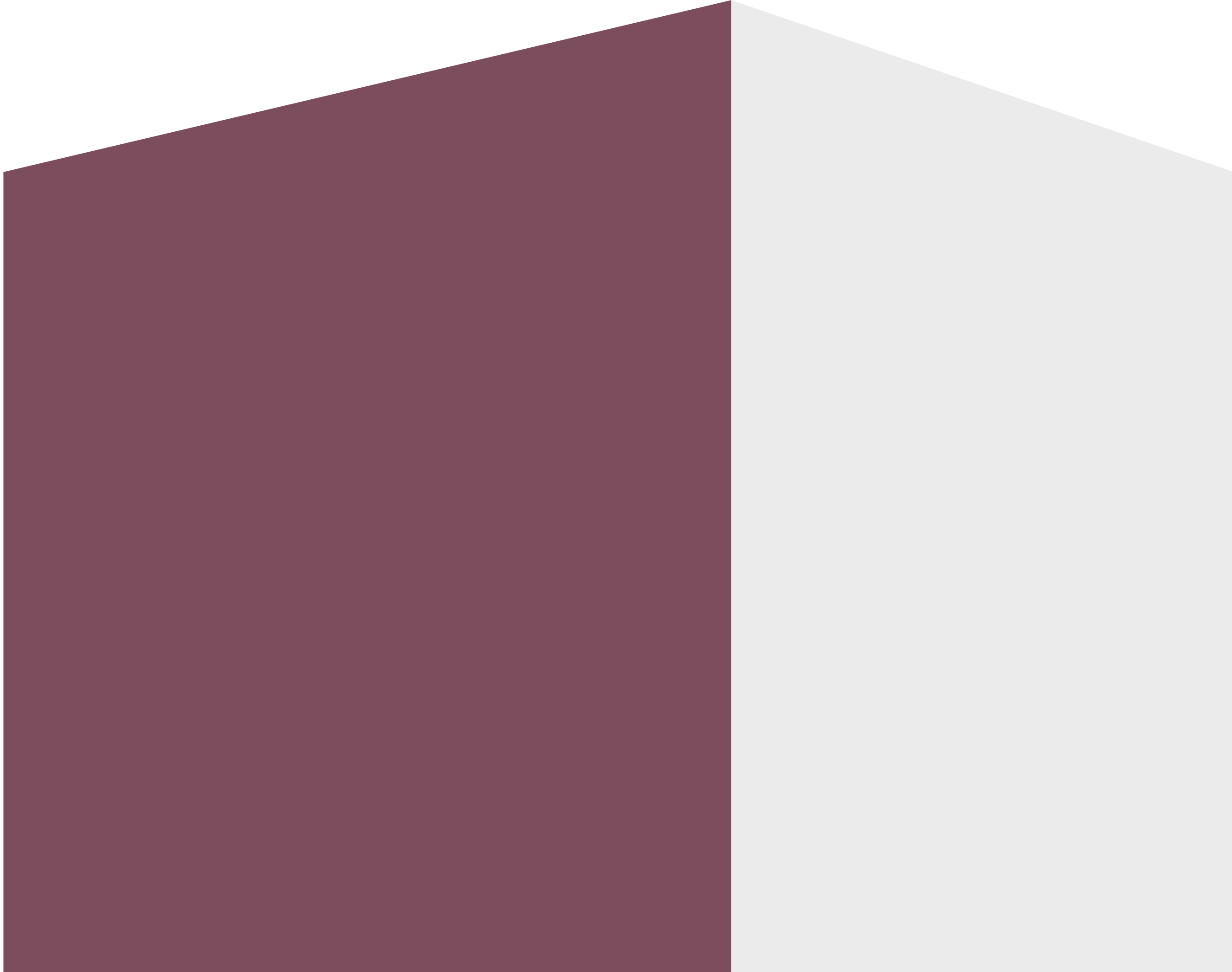
Kokemuksia jakamalla ja yhdessä tekemällä elämyksen tunne vahvistuu. Sen sijaan, että messukävijä olisi vain vastaanottamassa ympäriltä tulevia virikkeitä ja aistiärsyksiä, pääsee hän itse synnyttämään uusia kokemuksia. Näin hänellä on mahdollisuus vaikuttaa elämyksen syntyyn (4.). Suunnittelijan läsnäolo ja vastaanottavaisuus ovat avainasemassa kokemuksen synnyssä. Jos suunnittelijan ja messukävijän vuorovaikutusta ei tapahdu, on mahdollista, ettei pelkät hienot puitteet riitä tuomaan lisäarvoa ja kaivattua elämystä messukävijälle.

Vuorovaikutukseen perustuva elämys ei kuitenkaan itsessään riitä. Koetun elämyksen laatu on tärkeintä, sillä elämykset syntyvät aiempien kokemusten pohjalta. Jotta yksilö voi kokea jotain uutta, on aiemmat elämykset ylitettävä (Wright, McCarthy 2010, 12). Tämä näkemys korostuu NDB:alueen suunnittelussa, sillä pyrkimyksenä on taata messukävijöille sekä näyttelleasettajille messukokemus, jossa vuorovaikutukseen ja sen laatuun panostetaan.

Elämyksen synnyssä odotuksilla on keskeinen rooli. Jos aiemmat odotukset ylittyvät voi messukävijä saada uuden ja aiempaa voimakkaamman kokemuksen. Tämä on tärkeä huomioida suunnittelussa, etenkin kun kyseessä on kuluttajille ja suunnittelijoille markkinoitava tapahtuma. Messukävijöiden aikaisemmat kokemukset on mahdollista ylittää, jos heille tarjotaan jotain mitä he eivät osanneet odottaa tai mitä he eivät ole kokeneet aikaisemmin. Suunniteluprosessin aikana on tärkeää pohtia, millainen mielikuva alueesta halutaan luoda, jotta se vastaa messukävijöiden odotuksia. Liian suurten mielikuvien luominen saattaa olla haitallista, jos tila ei lopulta vastaa luotuja odotuksia. Jos tapahtumasta ei tiedoteta riittävästi tai tarpeeksi laadukkaasti, voivat kävijät jättää saapumatta. Suunnittelun aikana on siis pohdittava tarkkaan, millainen mielikuva kävijöille luodaan. On myös mietittävä, millainen mielikuva heille jää käytyään messuilla ja mitkä asiat messuilla ylipäättään jäivät mieleen.

ELÄMYKSEN SYNTYYN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT





7. BENCHMARKING

7.1 HABITARE 2012



- 1. Lattiateippauksin merkitty näyttelytila, luo siistin ja kustannustehokkaan efektin betonipinnalle.
- 2. Yleisvalon ollessa päällä tila tuntuu korkeammalta ja hieman kylmältä, tilasta uupuu aiempina vuosina läsnäollut intymiteetti.
- 3. Opasteet olivat varsin persoonattomia ja vaimeita.

- 4. Areena oli sijoitettu ikkunoiden läheisyyteen, tilaan tulviva luonnonvalo esti valkokankaalle projisointia.
- 5. Ahead alueella oli paljon väliä käytävätiloja, jotka eivät erityisesti nousseet esille.
- 6. Messujen väripilkkuina oli muutama hienosti toteutettu messuosasto, jotka varastivat shown.

7.2 STOCKHOLM FURNITURE & LIGHT FAIR 2013



1. Greenhouse oli värikäs ja kutsuva, leikittelevä muotokieli tuki alueen yleisilmettä.

2. Aalto-yliopiston tuolinäyttely oli vaikuttava ja yksinkertainen. Tuotteet nousivat esille valkoisesta taustasta.

3. Murretut ja mutaiset sävyt olivat vahvasti läsnä, materiaalien rouheus ja aitous sai näkyä.



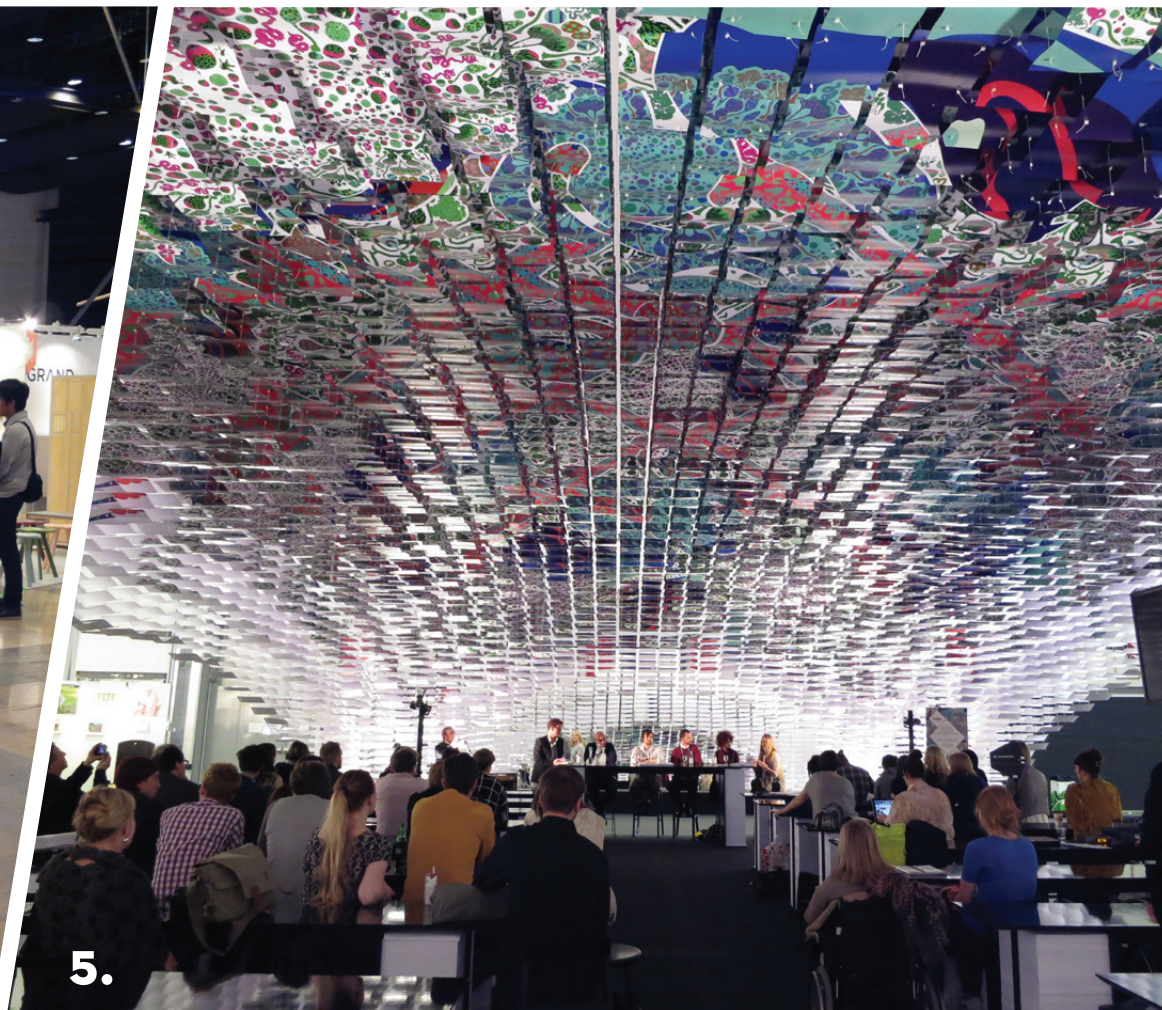
2.



3.



4.



5.



6.

4. Greenhousessa oli luotettu perinteisiin "neliöloosseihin", lattiapintoja oli rajattu matoilla. Tilojen muoto rytmitti aluetta, vaikka jokaisella loossilla oli oma ilmeensä.

5. Hello!-paperi-installaatio oli pysäyttävä. Printatut pinnat ja kerroksellisuus loivat holvimaisen tilan.

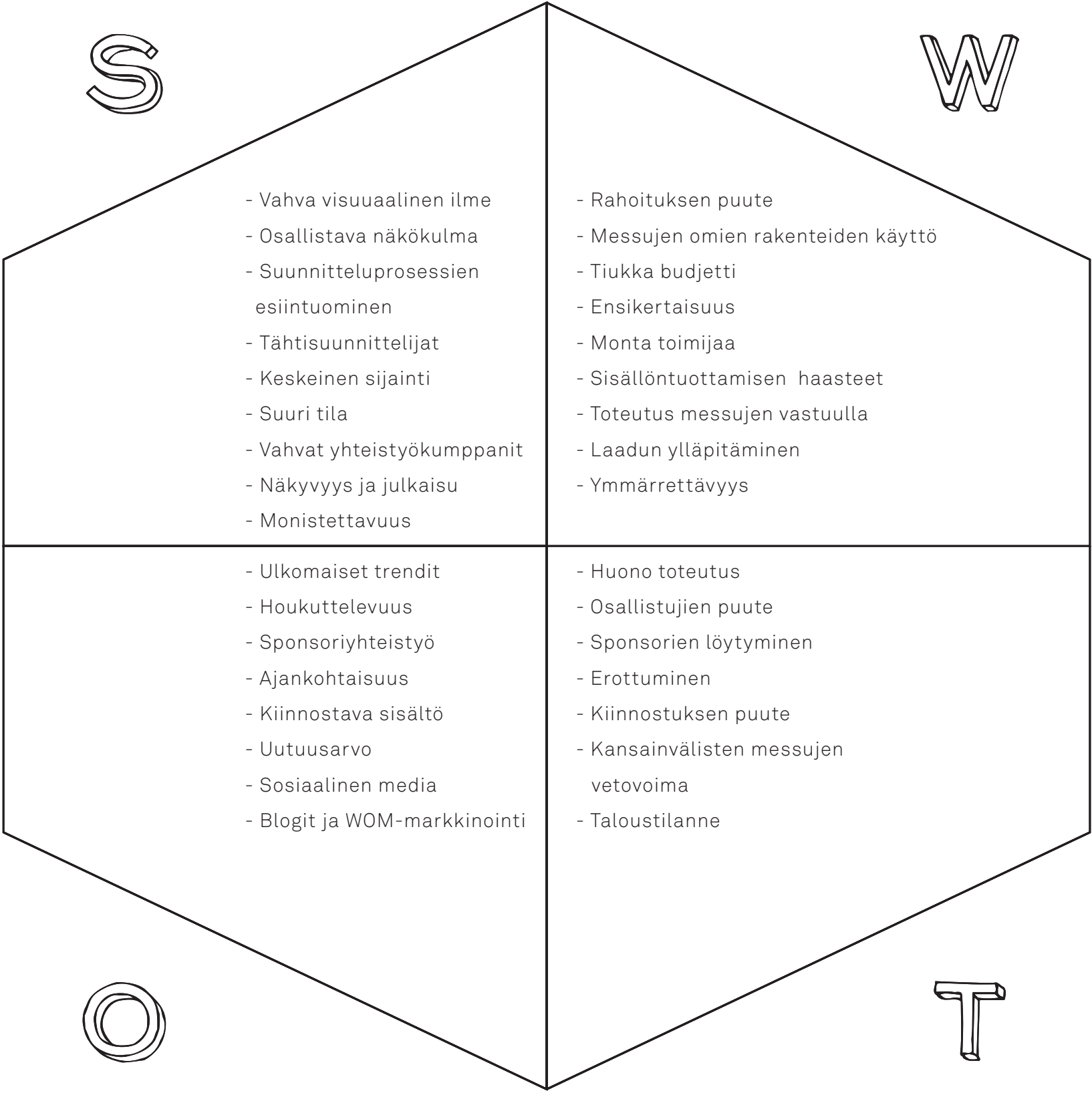
6. Loossien avonaisuus ei aina toiminut, tuotteet sekoittuivat toisiinsa ja yksittäisiä tiloja ei oltu rajattu tarpeeksi selkeästi.

8. NEW DESIGN ON THE BLOCK
SWOT - ANALYYSI

S NDB-alueen suurimpana vahvuutena on uutuusarvo, joka antaa mahdollisuuden luoda Habitare-messujen tavanomaisesta tarjonnasta poikkeavan sisältökokonaisuuden. Alueen onnistunut esiintulo vaatii taakseen vahvat taustajoukot sekä kiinnostavat suunnittelijat. NDB-alue sijoittuu messuilla keskeiselle ja näkyvälle paikalle, joka takaa erinomaisen näkyvyyden heti Ahead!-alueen sisääntulossa. Osaavat ja laajat verkostot omaavat yhteistyökumppanit ovat onnistumisen edellytyksenä, jotta alueelle saadaan houkutelua tasokkaimmat näytteilleasettajat. Erottuva visuaalinen ilme toimii myös vahvuutena. Se lisää houkuttelevuutta sekä tukee näyttelyn sisältöä ja näytteilleasettajien toimintaa.

Alueen tuottaminen on mahdollista suunnitella niin, että mallia voidaan monistaa myös tulevinä vuosina. Näin erikoisosastosta tulee osa Habitaren vakituista näyttelyarkkitehtuuria sekä ohjelmatarjontaa tunnettavuuden lisääntyessä. Näyttelyarkkitehtuurin lisäksi alueen oheisohjelmat sekä monipuoliset sisällöt mahdollistavat koko osaston potentiaalin hyödyntämisen. Suunnittelijoita on mahdollista promovoida painetun julkaisun ja PR-tapahtumien muodossa. Näyttelykokonaisuudesta tulee näin eheämpi ja kokonaisvaltaisempi.

W Uuden messualueen suunnittelussa on myös mahdollisia heikkouksia, jotka tulee ottaa huomioon suunnittelun alkuvaiheessa. Heikkoutena voidaan nähdä muun muassa rahoituksen puute, jolloin laadukkaaseen lopputulokseen tarvittavia rakenteita ja viimeistelyjä ei ole mahdollista toteuttaa. Heikkoutena voi olla myös toteutuksen ensikertaisuus, sillä takeita onnistumisesta ei ole kun alue tehdään ensikertaa. Useiden toimijoiden yhteistyö voi olla myös haastavaa projektinhallinnan sekä lopputuloksen kannalta.



Vastuu alueen toteutuksesta tulee olemaan messujärjestäjillä, joten riittävän ohjeistuksen laatiminen on ensiarvoisen tärkeää. Mahdollisena heikkoutena voi olla myös ymmärrettävyyden puute, jollei alueen arvo ja merkitys avaudu messujärjestäjille ja messukävijöille.

O Mahdollisuuksia alueen suunnittelussa ja toteutuksessa on runsaasti. Sopivalla hinnoittelulla alueesta voidaan tehdä kilpailukykyinen muihin Euroopan messuihin verrattuna. Jotta hinnoittelu saadaan sopivaksi, on mahdollista hyödyntää sponsoreilta saatavaa rahoitusta erikoisosaston toteuttamiseen. Yhteistyötoiminta eri muotoilua tukevien organisaatioiden kanssa antaa mahdollisuuden myös laajemmalle näkyvyydelle.

Osallistavuus ja yhteistyötä korostavat trendit maailmalla tukevat NDB-alueen konseptia. Vuorovaikutuksen syventäminen sekä elämyksellisyyteen liittyvien trendien mukainen kehitys luo mahdollisuuden herättää kiinnostusta myös kansainvälisesti. Sosiaalisen median reaaliaikaisuus sekä bloggareiden osallistaminen toisi alueelle aivan uudenlaista ja kattavampaa näkyvyyttä.

T Alueen toteuttamisessa on myös uhkia, joita ei voi jättää huomioimatta. Suurimpana uhkana onnistuneelle toteutukselle on messuorganisaation budjetointi. Rahoituksen puute näkyy suoraan toteutuksen laadussa ja sisällössä. Huono toteutus ja promootio voi johtaa siihen, ettei alue houkuttele tarpeeksi maksukykyisiä ja tasokkaita näytteilleasettajia. Uhkana on, ettei Habitaren vetovoima riitä, vaan parhaimmat ja kiinnostavimmat suunnittelijat suuntaavat etelä- ja keskieuroopan sekä Tukholman messuille. Vaihtelut taloustilanteessa ovat myös vaarana toteutukselle, sillä messutilan hinnoittelu voi ajankohtaan ja suunnittelijoiden resursseihin nähden olla liian korkea.



**9. NEW DESIGN ON THE BLOCK
-KONSEPTI**

9.1 NÄYTTELYIDENTITEETTI

Näyttelyidentiteetti on kuin palapeli, joka rakentuu pienistä osista ja muodostaa laajan kokonaisuuden. Jokainen pala on tärkeä, jotta kokonaisuudesta tulee eheä ja kuvasta valmis. Määrittelin messualueelle suunnittelua ohjaavat teesit, jotka ovat toimineet ohjenuorana suunnittelussani sekä tarjonneet raamit työni sisällölle:

1. NDB-alue muodostaa portin Ahead!-alueelle ja luo ensimmäisen näkymän Aheadista.
2. Pylväskäytävän massiivisuutta korostetaan sen sijaan, että pylväitä yritetään kätkeä tai häivyttää.
3. Jokaiselle suunnittelijalle tarjotaan yhtenäinen ja saman kokoinen tila.
4. Suunnittelijat pääsevät vaikuttamaan tilan ilmeeseen.
5. Rakenteiden sijoittelu ja polveilevat näkymät luovat kiinnostavan tilan.
6. Pyritään eroon messualueen laatikkomaisesta asettelusta ja minimoidaan pimeät nurkat.
7. Suunnittelijat osallistetaan messualueen toteutukseen.
8. Messukävijälle luodaan elämyksellinen tila, joka avautuu hieman erilaisena riippuen siitä, mistäpäin tilaa lähestytään.
9. Otetaan huomioon elämyksen syntyyn vaikuttavat tekijät.



Kuvat 3-10

9.2 INSPIRAATIO

NDB-alueen muotokieli ja tilan ilmeen ideointi lähti liikkeelle valokuvakollaaseista. Keräsin kattavasti kuvia, jotka inspiroivat itseäni sekä sisälsivät kiinnostavia elementtejä, värejä ja struktuureja. Alusta asti oli selvää, että haluaisin luoda tilan joka huokuu iloa ja kekseliäisyyttä. Suunnitteluprosessissani huomioin aina ensin käyttäjän tarpeet, toiminnallisuuden, käytettävyyden sekä budjetin. Nämä elementit muodostavat rajat jonka sisällä voin päästää mielikuvitukseni valloilleen. Määrittelemieni rajojen sisäpuolella inspiraatio saa lentää vapaasti ja usein kuvittelen tunnelmia, joita haluan tilan herättävän.

Ajatukseni New Design on the Blockin visuaalisesta ilmeestä syntyi heijastuksista. Alue heijastelee suunnittelijoiden töitä sekä ideologiaa, joten myös rakenteet ja valaistus toistavat tätä samaa ajatuspolkua. Ajatuksissani oli tila, joka puhuttelee kävijää ja luo vahvan tilakokemuksen, mutta ei ota itseään turhan vakavasti. Kiinnostuin leikittelemään rytmeillä sekä paperitaitoksilla. Taitokset loivat kiinnostavia polkuja ja muodostivat viuhkamaisia näkymiä. Mielessäni oli ajatus siitä, että messukävijät voivat seikkailla seinämien väleissä ja kurkistella taitteiden taakse.

Pelaaminen väreillä ja kontrasteilla johti lopulta suunnitelmaan, jonka ydin on vahvasti toiminnallinen sekä kustannustehokas, mutta näkyvä kuori värikäs ja ilmeeltään särmikäs. Näkymät muuttuvat riippuen siitä, mistä kulmasta tilaa tarkastelee. Tilan keskiössä ovat suunnittelija ja heidän tuotteensa, kaikki on lähellä ja kohtaaminen helppoa. Suunnittelutyössäni valaistuksella on suuri merkitys. Siinä piilee jekku, joka hämää katsojaa samoin kuin tilojen muuttuvat näkymät. Toivon, että kävijä kokee spontaaneja ahaa-elämyksiä niin itse tilassa kuin kohdatessaan näytteilleasettajia.



Kuvat 11 ja 12

9.3 SUUNNITTELUN LÄHTÖKOHDAT

Toimeksiannon alusta lähtien oli selvää, etten tulisi tekemään NDB -aluetta perinteisestä messutilan suunnittelun näkökulmasta. Sen sijaan, että keskiössä olisi myynnin tai kävijämäärien kasvattaminen, suunnittelun lähtökohtana oli messukävijän kokemus elämys. Näyttelyarkkitehtuuria ohjaavat teemat näkyvät NDB-alueella osastojen sijoittelun, saavutettavuuden sekä tilassa esittäytyvien suunnittelijoiden osallistamisen kautta.

Suunnittelutyöni alussa tutustuin kohteeseen ja pylväshallin tekniikkaan. Sain toimeksiantajalta messuhallin dwg-tiedostot, joista näkyivät sähköliitäntäpisteet sekä viemärikaivot. Näiden sijainti määritteli muun muassa sen, miten alueella voidaan toteuttaa sähkövedot. Sähkövetojen suhteen tapoja oli kaksi, joko pylväiden myötäisesti katon kautta tai lattiavetona lattiassa olevien viemärien kautta. Suunnittelua rajasivat myös hätäpoistumisteiden kulkuväylät, joita ei saanut peittää. Kulkuväylille ei ollut mahdollista sijoittaa lainkaan rakenteita, jotta kulku säilyisi esteettömänä.

Suunnittelun alkumetreiltä lähtien ajattelin korostaa pylväskäytävän korkeutta ja mahdollisesti kiinnittää pylväisiin Aheadin nimi teippauksin. Todellisuudessa betonipylväiden pinnassa on paljon tekniikkaa sekä paloturvallisuusvälineitä, joten tästä ajatuksesta oli luovuttava.

Pylväskäytävien välissä sijaitseva tila on kooltaan yli 400m² ja suorakaiteen muotoinen. Tilaa rytmittävät massiiviset betonipylväät sekä tilan lävitse kulkevat kulkuväylät, jotka johtavat Habitare-alueelta Ahead-alueelle. Pylväiden korostamisen sijaan päätin, että NDB-alueen sijoittumisella, muutokielellä sekä väriyksellä luodaan kiinnostava sisääntulonäkymä Aheadiin.

Toinen keskeinen ajatusmalli oli kyseenalaistaa perinteinen messustandien ja rakenteiden sijoittelu sekä ns. ruutukaavamainen asettelu, josta on tullut hyvin perinteinen tapa niin kotimaassa kuin kansainvälisilläkin messuilla. Suunnitteluprosessin lähtökohtana oli yksinkertaisesti ihminen ja ihmisen kokemuksellisuuteen vaikuttavat tekijät. Pysin suunnittelemaan tilan niin, että suunnittelijoiden kohtaaminen on mahdollisimman helppoa ja luontevaa.

Kolmas keskeinen näkökulma oli näytteliasettajien tarpeet sekä näytteliasettajien esiintuominen parhaalla mahdollisella tavalla. Kyseenalaistin perinteisen ”messukoppi” ajattelun, jossa näytteliasettaja toimii erillisellä sekä rajatulla alueella. Otin lähempään tarkasteluun perinteisen messutilan mitoituksen. Mietin kävijän sekä näytteliasettajan näkökulmasta sen, miten näiden kahden ryhmän tarpeet saataisiin kohtaamaan entistä paremmin.

Tutkin tilan sijoittumista vapaalla luonnostelulla sekä erilaisilla tilamuodoilla. Mietin, kuinka saisin luotua kiinnostavan kokonaisuuden niin, että näkymä pylväskäytävälle olisi huomiota herättävä sekä kiinnostava, mutta silti toimiva ja kohtaamista edistävä. Olin tutustunut aiemmin Milanon nuorten muotoilijoiden töitä esittelevään Satellite-alueeseen sekä Tukholman messujen vastaavaan Greenhouseen. Satellitessa minua häiritsi koppimainen tilajako, jossa suunnittelijoilla oli runsaasti neliöitä, mutta messuvieraat jäivät usein tarkastelemaan näytteliasettajia etäältä. Esillä olevat tuotteet katosivat syvän tilan uumeniin ja tilaan oli mentävä sisälle. Osaston mittasuhteet vääristyivät ja pitkät käytävälinjat olivat puuduttavia ja virikkeettömiä.

Tukholmassa tilajako oli hyvin avoin, jolloin yksittäisten suunnittelijoiden tuotteet sekoittuivat toisiinsa ja kokonaisuus oli hieman sirpaleinen. Yksittäisessä osastossa oli vain takaseinä suunnittelijan käytettävissä. Nämä olivat huomioita ja haasteita, joita pyrin suunnitelmassani ratkaisemaan tilajaon sekä rakenteiden sijoittelun avulla. Tutkin erilaisia seinä- ja käytävälinjoja ja pohdin, millaisia tilanäkymiä erilaisista kokonaisuuksista syntyy. Hahmottelun avulla pystyin rajaamaan eri vaihtoehtoja ja lopulta löytämään parhaan kokonaisuuden. Ratkaisuni tuki ajatusta vuorovaikutteisuudesta sekä helposta lähestyttävyydestä.

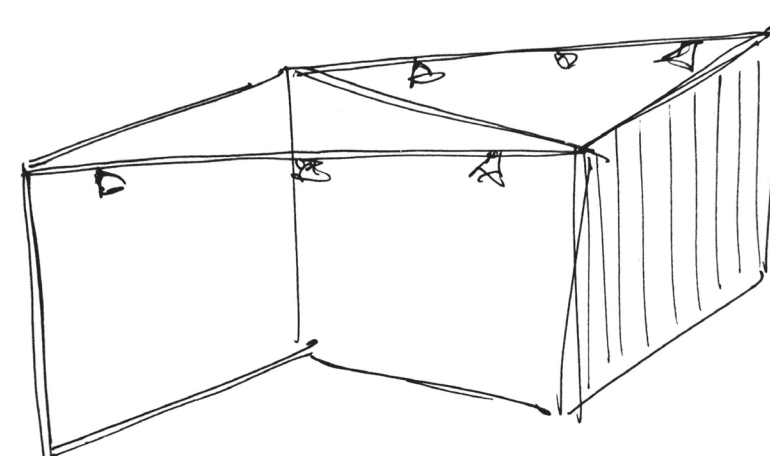
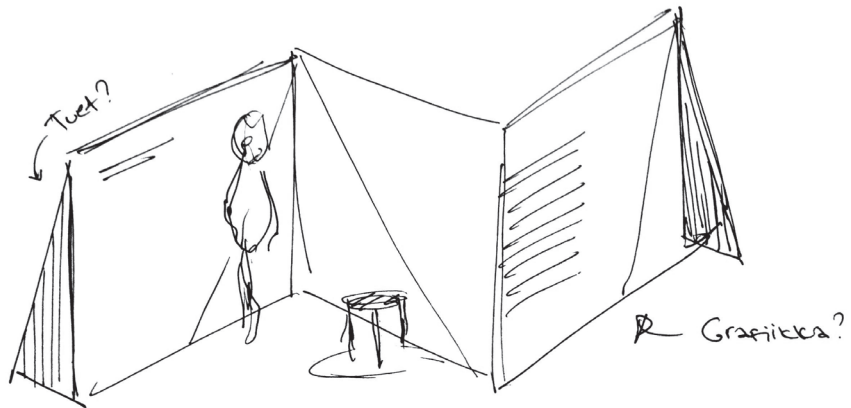
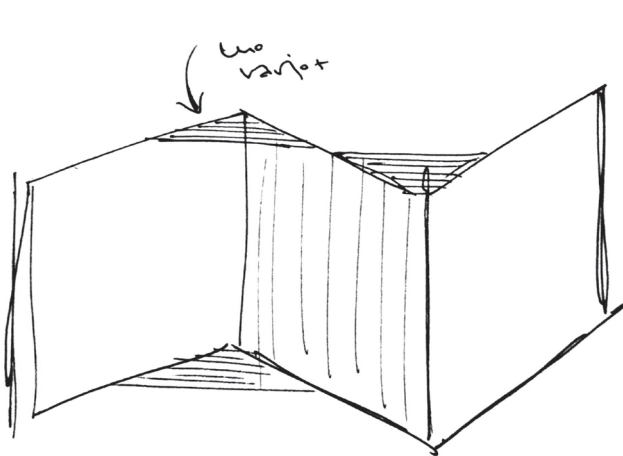
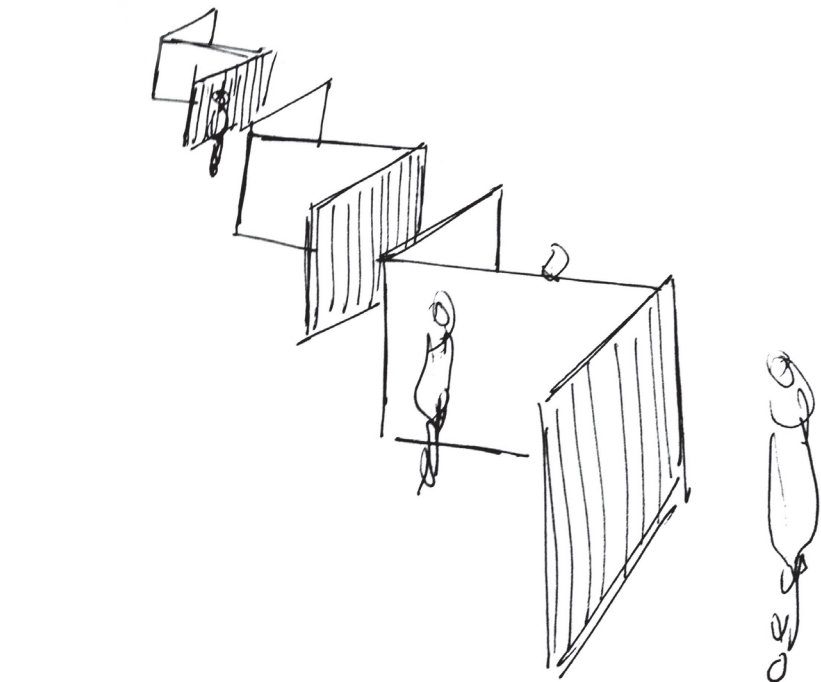


9.4 ENSIMMÄISET LUONNOKSET

Erilaisia tilamuotoja tutkittuani päädyin viemään eteenpäin ideaa taitteista. Nopeilla piirroksilla tutkin rakenteita sekä hahmottelin viuhkojen kokoa ja mittasuhteita. Viuhkamaiseen ajatukseen päädyin siitä syystä, että viuhkojen väleistä siivilöityy näkymiä Ahead!-alueelle. Tämä seinämalli estää pimeiden takanurkkien syntymisen eikä myöskään luo näköesteitä. Koska pylväskäytävä on pitkä ja kapea, halusin rikkoa sen ruutukaavamaisuutta vahvoilla viistorakenteilla.

Kolmiomaisella viuhkarakenteella suunnittelijat saavat maksimaalisen hyödyn olemassa olevista seinäpinnoista ilman, että tilaan syntyisi syviä koppeja. Valkoiset sisäseinät toimivat suunnittelijoiden esittelyalustana ja väritys säilyy neutraalina. Viuhkojen väleihin sijoitettavia käytäviä taas korostetaan valaistuksella ja värein. Ne tukevat alueen identiteettiä ja luovat kiinnostavia tilakokemuksia myös käytäväalueilla.

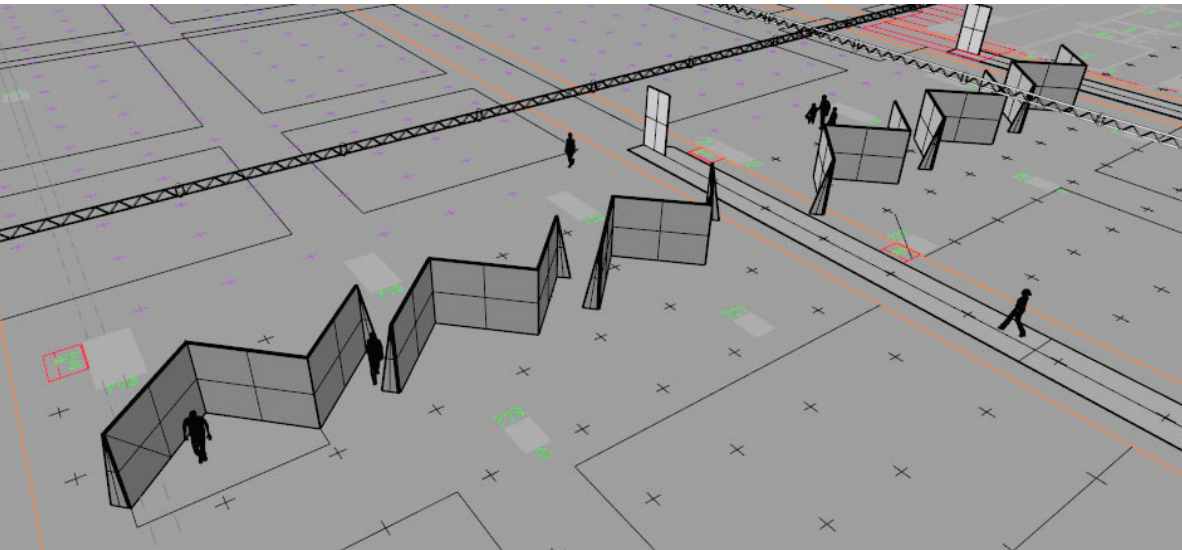
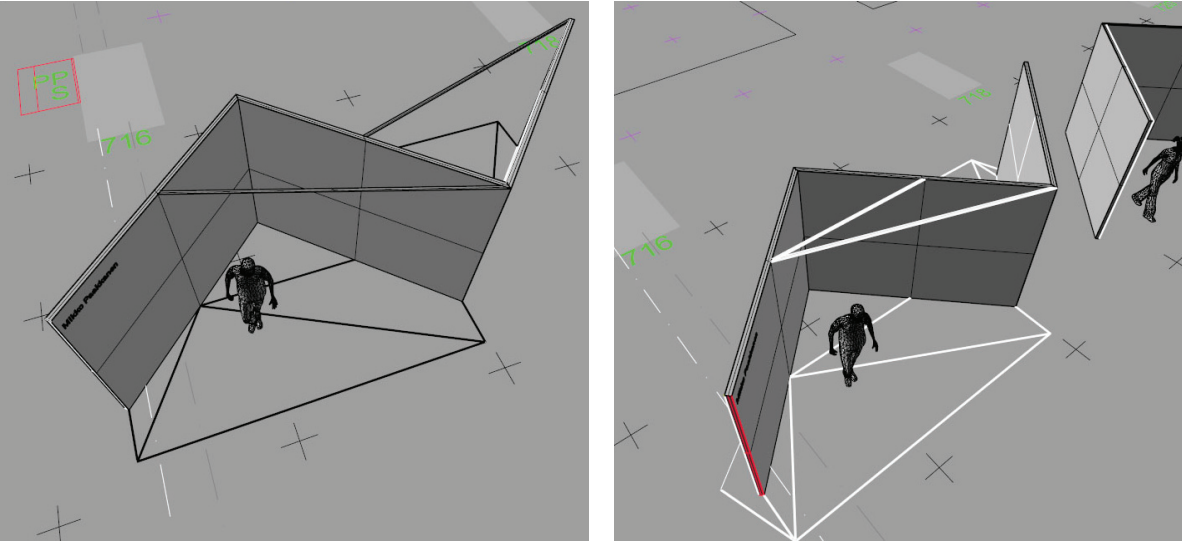
Taiteseinämät muodostavat galleriamaisen tilakokonaisuuden, jossa niin tuotteet kuin suunnittelijatkin ovat läsnä ja helposti lähestyttävissä. Avoin tilaratkaisu jättää ympärilleen ilmaa ja paperimaiset taitokset muodostavat vuoropuhelun massiivisten betonipylväiden kanssa.



Yhdeksi suunnittelun suurimmista haasteista nousi seinärakenteiden tukeminen. Alkuperäisessä suunnitelmassa yksittäisen seinän pituus oli 3 metriä, jolloin kolmen koolatun seinämän rakenne ei olisi ollut riittävän kestävä. Yksittäisen osaston pinta-ala olisi ollut vain 7,5m². Seinän pituutta kasvatettiin 3,5 metriin ja lattiapinta-ala kasvoi yhteensä 10m². Seinän pituuden kasvattaminen vaati kuitenkin rakenteelle lisätuen, joka oli asennettava diagonaaliin seiniin nähden.

Tukirakenne olisi ollut vaivatonta toteuttaa taitteiden etureunaan asennettavan valaisinkiskon avulla, jolloin jokaiseen osastoon olisi suunnattu kohdevalot yläviistosta. Tämä ei kuitenkaan toiminut yhdessä muun kokonaisuuden kanssa, sillä lopputuloksesta olisi voinut tulla epäsiisti. Sähkövedot olisivat näkyneet riman päällä. Päätin hylätä ajatuksen kohdevaloista, sillä ne eivät myöskään tuottaneet riittävää valotehoa koko alueen valaisemiseen. Yleisvaloa ei messuhallissa tänä vuonna käytetä, jotta tilan tunnelma olisi intiimimpi.

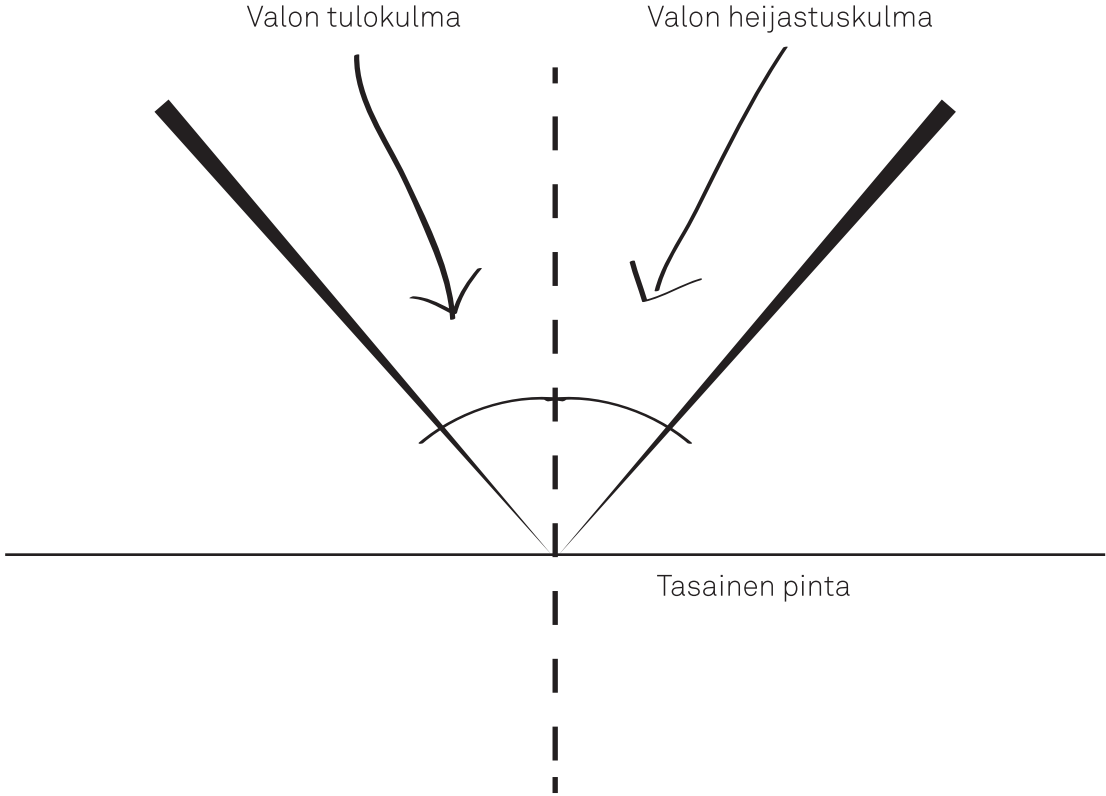
Piirsin erilaisia vaihtoehtoja tukirakenteista, jotka täydentäisivät kokonaisuutta niin, ettei lisätuki näyttäisi päälle liimatulta. Kokeilin erilaisia kiiloja ja siivekkeitä, mutta lopulta päädyin seinien päälle viistosti asennettavaan liimapuudiagonaaliin. Sen muotokieli tukee yleisilmettä ja diagonaali toimii myös ripustuspaikkana näytteilleasettajille. Toteutuksesta ei synny huomattavia lisäkustannuksia, joten kyseinen valinta oli perusteltu.



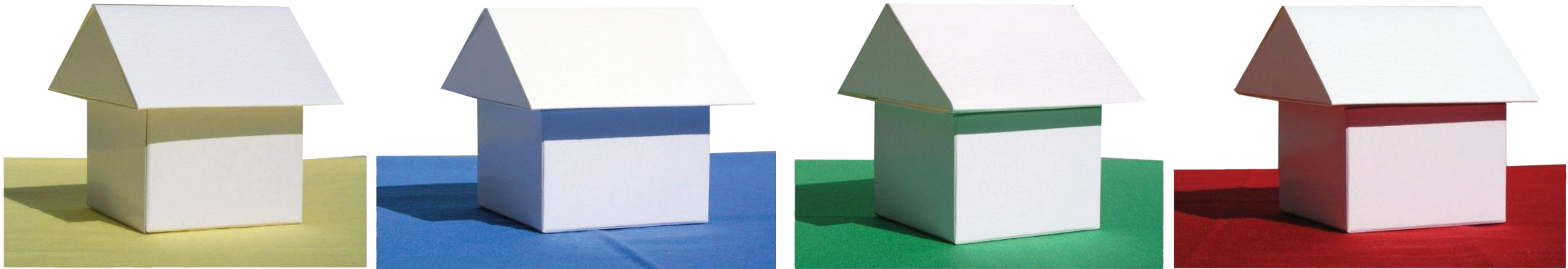
9.5 VALAISTUS- JA VÄRITUTKIELMA

Valaistus on keskeinen osa NDB-alueen kokonaisuutta. Se luo alueelle ominaisen ilmeen ja tavanomaisesta poikkeavia efektejä seinäpintoihin. Tutkin suunnitelmaani varten valon heijastumiseen vaikuttavia tekijöitä. Valo-opin mukaan valon tulokulma on yhtäsuuri kuin valon heijastuskulma (kaavio 6). Jos heijastava pinta on rosoinen, hajoaa valonsäde eri suuntiin ja tällöin valon heijastuskulmaa ei pystytä mittaamaan (Hämäläinen, 2005). Sain valo-opin peruseriaatteesta idean heijastaa kirkkaita väripintoja vastapuoleiselle seinälle tehokkaiden trussivalaisinten avulla. Kun NDB-aluetta lähestytään, tila aukeaa hieman erilaisena jokaisesta ilmansuunnasta. Värikkäät seinäpinnat näkyvät yhdestä päädyistä, seinien heijastukset taas toisesta. Näin saadaan luotua tehoste, joka on samalla kustannustehokas, mutta tarjoaa kiinnostavan tilallisen elementin.

Heijastettavan seinäpinnan on oltava mahdollisimman sileä ja tasainen, jotta suunnitelmani toimii. Valmistin pienoismallin, jolla testasin valon kulmia ja värien heijastumista. Rakensin seinät paksusta paperista oikeaan mittakaavaan ja valokuvasin hämärässä valaistuksessa eri väripintoja. Kirkkaat ja intensiiviset värit heijastavat väriä paremmin kuin tummat ja hailakat. Lopullisten värimääritysten kannalta sävyjen testaaminen osoittautui tärkeäksi. Seinien sijoittelu sekä heijastettavien seinien välinen etäisyys oli myös otettava huomioon heijastuksen toimivuuden kannalta. Pienoismallin avulla havainnoin, miten seinien heijastukset toimivat 2,5 metriä leveillä käytävillä.



Kaavio 6. Valon heijastuminen

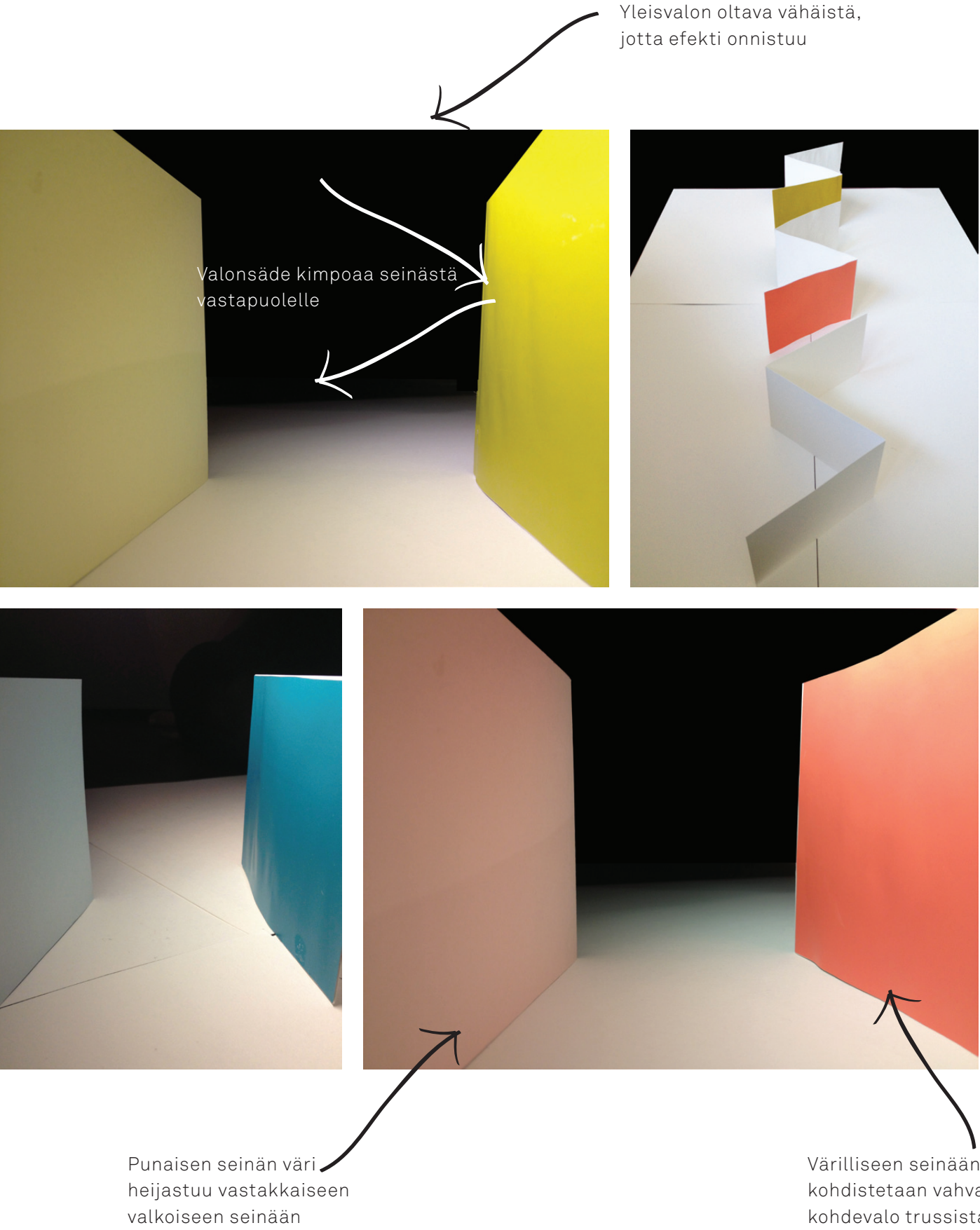


Kuva 14

Keskeistä toteutuksen onnistumisen kannalta on valita riittävän kirkkaita ja intensiivisiä värejä, jotka heijastavat valoa mahdollisimman tehokkaasti. Valokannun tarkalla suuntaamisella saadaan luotua oikea heijastuskulma, jolloin valo kimpoaa väriseinän vastaiseen seinään.

Kirkkailla väreillä on myös väripsykologisia vaikutuksia. Värit vaikuttavat mielilalaamme sekä tunteisiimme. Tietyt värit koetaan lämpiminä ja toiset kylminä, jotkin värit energisoivina ja toiset rauhoittavina. Väriharmonioilla on mahdollista luoda kokonaisuuksia, jotka koemme miellyttäväksi alitajuntaisesti. Väriyhdistelmät luovat mielikuvia sekä palauttavat mieleen muistoja. On varsin helppoa muistella, miltä 50-luvun elokuvien värit näyttivät tai millaisia olivat värit 80-luvulla.

Pantonen värimääritelmien mukaisesti samaa kirkkausastetta ja saturaatiotasoa noudattavat väriyhdistelmät muodostavat väriharmonian. Perusväreistä murrettu yhdistelmät luovat kontrastin messuhallin betonipintojen kanssa ja luovat vahvan ja intensiivisen kokonaisuuden. Värimäärittelyssä otin huomioon myös nykyiset väritrendit, joiden avulla löysin toimivimman paletin. New Design on the Block -alueelle halusin tuoda 90-luvun kirkkaat ja hieman murrettu sävyt väriskaalana, jotka toimii vahvana katseenkiinnittäjänä.



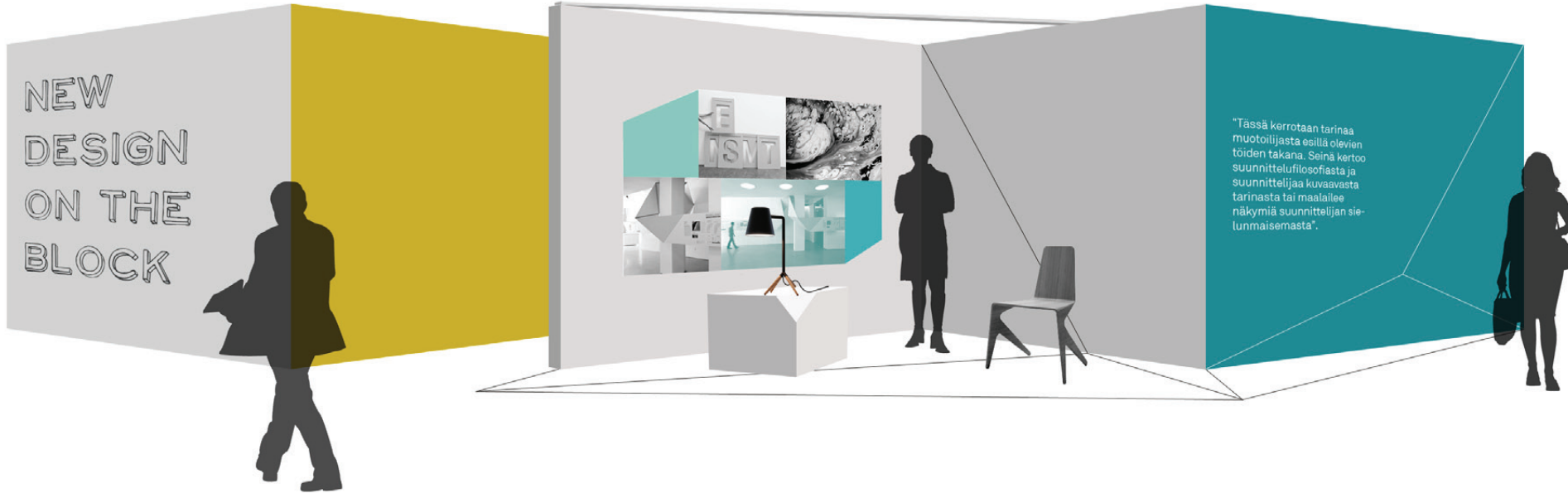
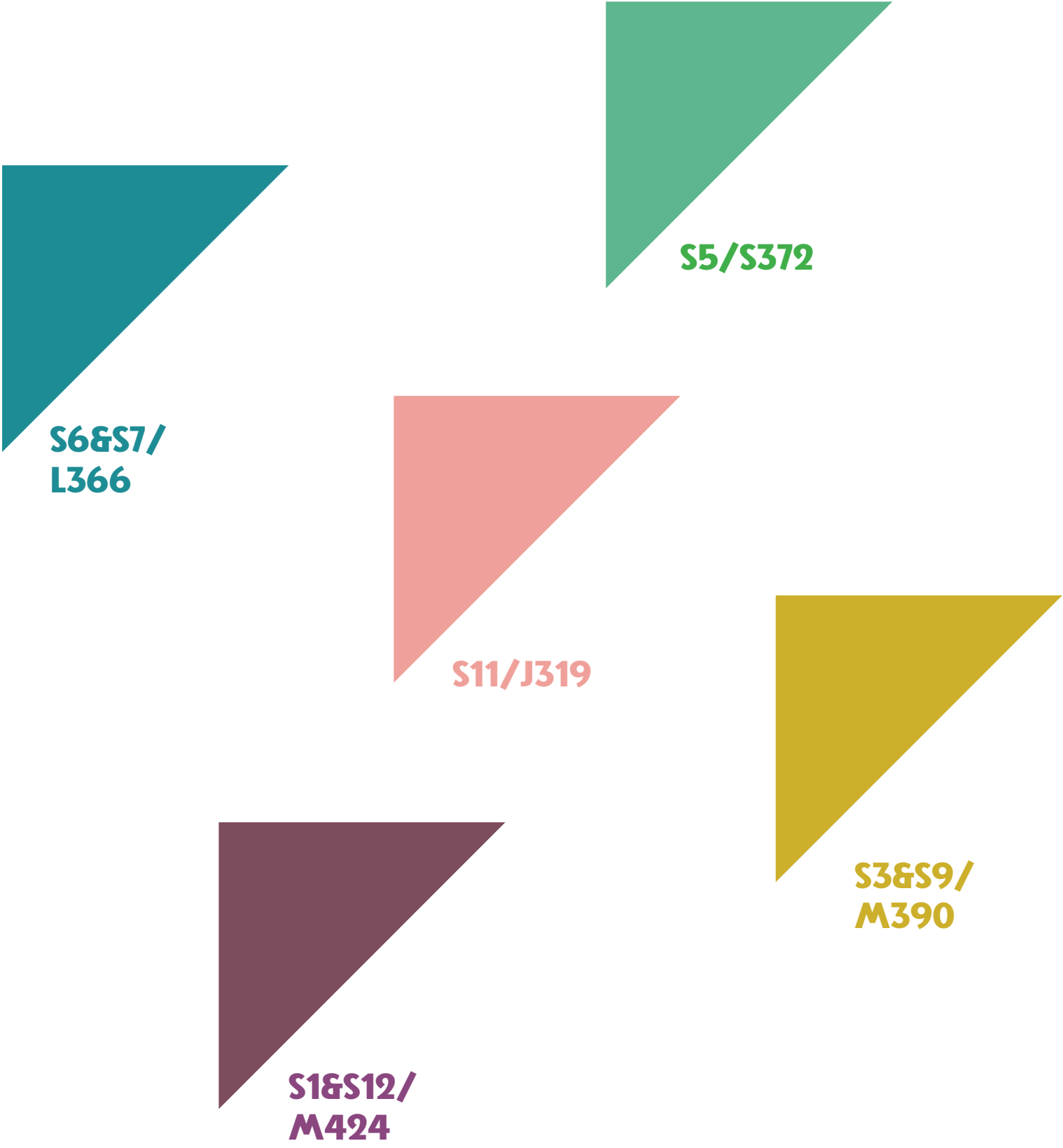
9.6 SUUNNITELMA JA MITTAKUVAT

Tilan rakenteet ovat yksinkertaiset mutta toimivat. Seinärakenteet muodostuvat taitteiksi asettuvista koolatuista seinistä, jotka tuetaan yläreunoista valkoiseksi maalatulla liimapuisella vaakarimalla.

Välikäytävien seinät maalataan Tikkurilan väreillä oheisten värimääritysten mukaisesti. Värit ovat murrettuja petroolin, lohen, luumun, metsän sekä kurkun sävyjä. Välikäytävien värillisiin seiniin suunnataan vahva valo yläpuolella sijaitsevasta trussista. Trussivalaisimen valon osuessa seinään heijastuu väri vastapuoleiselle seinälle, luoden pehmeän ja pastellimaisen sävyn. Sama toistuu kaikissa seinäviuhkojen väleissä.

Lattia ja osa seinäpinnoista teipataan mustalla 20mm leveällä, helposti irroitettavalla julkitilan teipillä. Teippi markkeeraa kunkin suunnittelijan käytössä olevan tilan, sekä luo graafisen ilmeen lattia- ja seinäpinnoille. Teippauksen muotokieli toistaa tukiriman muotoa. Diagonaalit teippaukset ovat funktionaaliset ja ne sitovat lattia- ja seinäpinnat yhtenäiseksi visuaaliseksi kokonaisuudeksi.

Seinäpintoihin suunnittelemani graafinen ilme on suuntaa-antava ja lähinnä ohjeistava. Viuhkojen välisten käytävien seinäpinnoissa kerrotaan esillä olevista tuotteista niiden suunnittelijoista. Lopullisen visuaalisen ilmeen tuottaa Muotohiomon graafinen tiimi, jonka kanssa teen tiivistä yhteistyötä. Suunnittelemme yhdessä tilan visuaalisen ilmeen ja NDB-alueesta tuotettavan julkaisun.

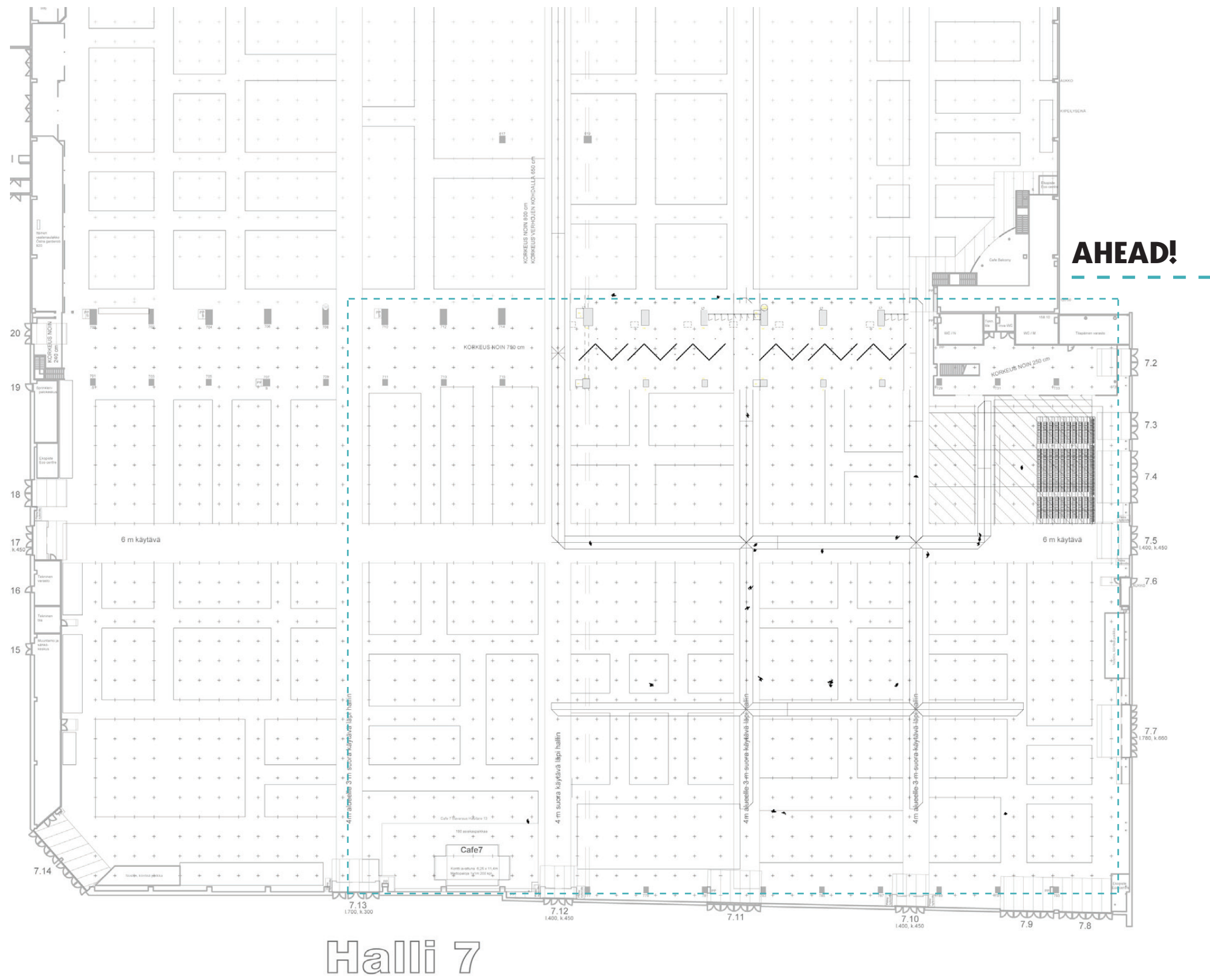


Näkymä värikkäiden seinien puolelta

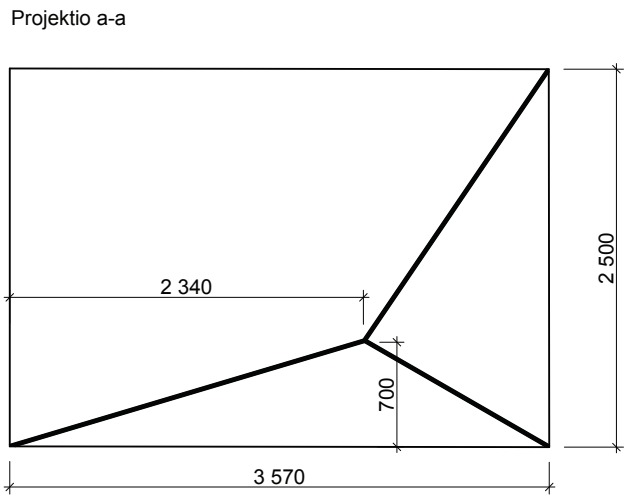
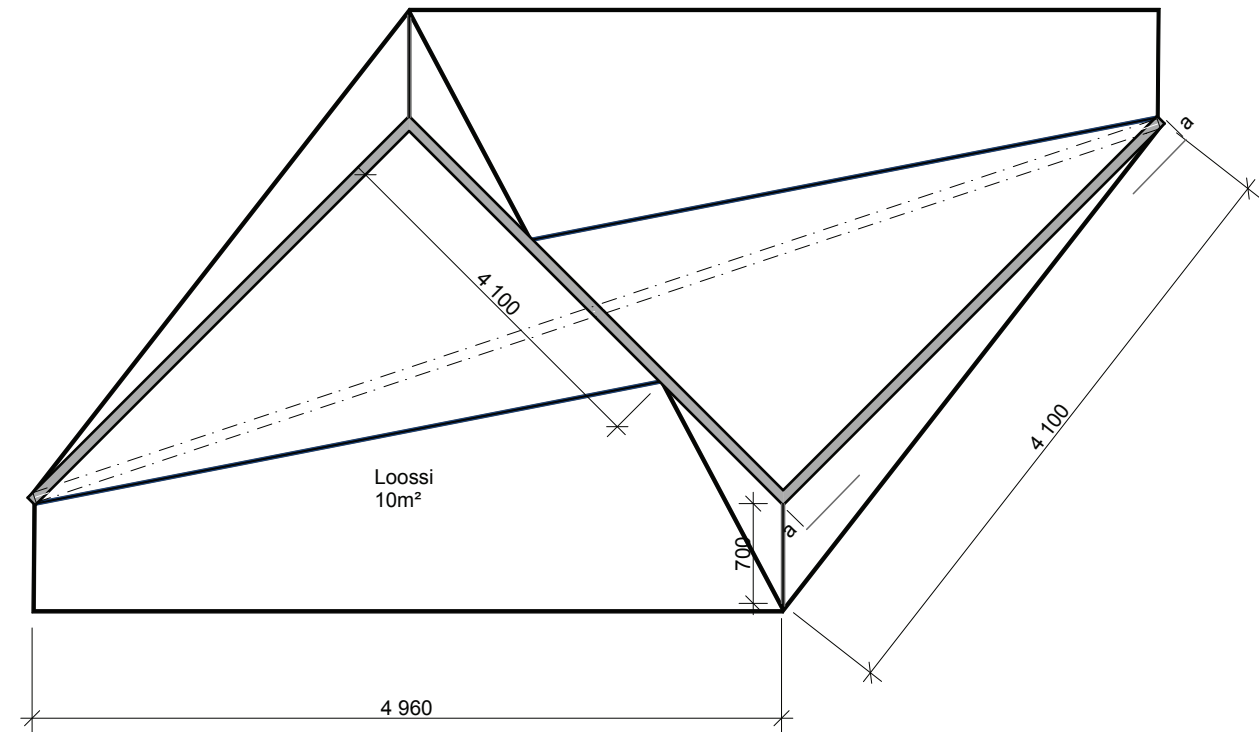


Näkymä heijastavien seinien puolelta

NDB-ALUEEN SIOJITTUMINEN
POHJAKUVASSA



TEIPPAUSKAAVIO



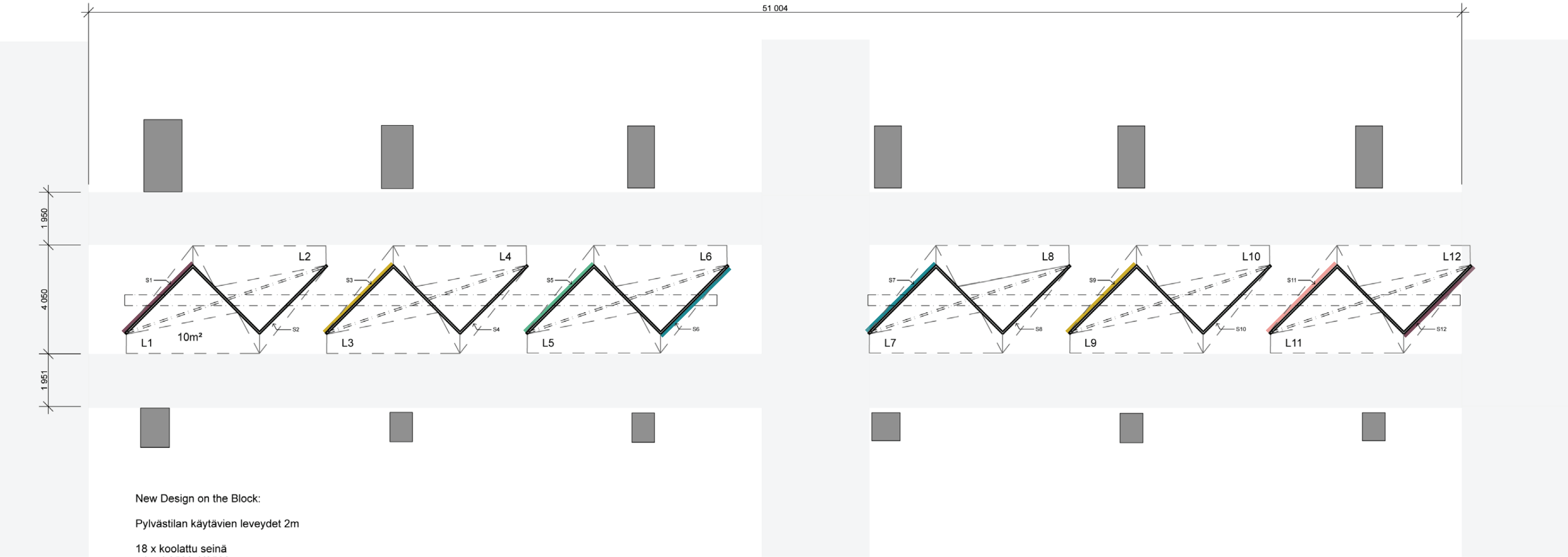
Lattian ja seinän teippaukset:
Musta, irroitettava mattateippi L 20mm
Yhden loossin lattiateipin määrä n.15,6m
ja seinän 6m
Teippauksen kulmat viimeistellään
saumattomiksi
Teippaukset seiniin S1-S12 pohjakuvan
mukaisesti
Mahdollisuus muutoksiin

Ahead! 2013 - Exhibition
New Design on the Block
Teippauskaavio
14.04.13 SANNA VIKI

AHE / AC_003
MUOTOHIOMO Oy
LAPINLAHDENKATU 16, Building No. 14
00180 Helsinki - Finland
T +358 (0)9 694 0456
www.muotohiomo.com

A3 - 1:50

POHJAKUVA JA SEINIEN VÄRITYKSET



New Design on the Block:

Pylvästilan käytävien leveydet 2m

18 x koolattu seinä
mitat L3500xK2500mm

Loossi n. 10m² (yht. 12 kpl)

Värikkiset seinät
(S1,S3,S5,S6,S7,S9,S11,S12)

Teippaukset seinäin S1-S12

Tukirimat kertopuu (merkitty
pistekatkoviivalla), maalataan valkoiseksi

Teippauksen ääriviivat merkitty
katkoviivalla

Teippauksista erillinen kaavio

Mahdollisuus muutoksiin

Piirustuksen sisältö / Drawing content
Ahead! 2013 - Exhibition
New Design on the Block

Suunnittelija / Designer: Päiväys / Date: Allekirjoitus / Signature

18.03.13 Sanna Viik

CONFIDENTIAL

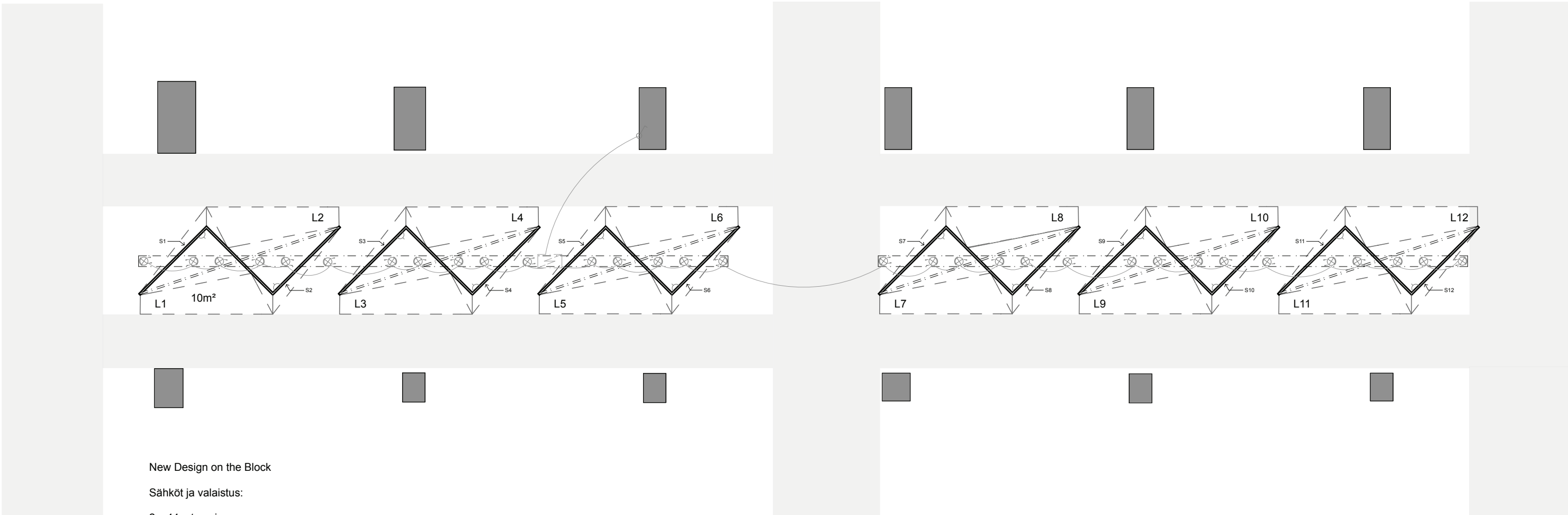
Mittakaava / Scale
A3 - 1:150

Piirustuksen sisältö / Drawing content
AHE / AC_001

MUOTOHIOMO Oy

LAPINLAHDENKATU 16, Building No. 14
00100 Helsinki - Finland
T +358 (0)9 684 0465
www.muotohiomo.com

VALAISTUS



New Design on the Block

Sähköt ja valaistus:

2 x 44m trussi
(Sähkökaapli sijoitetaan trussin päälle)
Sähköt vedetään loossein trussin
kautta

2 kohdevalaisinta/osasto
(monimetalli 150W)
Värikkisiin seinäin kohdistetaan erilliset
kohdevalot

12kpl pistorasioita (1kpl jokaiseen
loossiin)

Mahdollisuus muutoksiin

Piirustuksen sisältö / Drawing content
Ahead! 2013 - Exhibition New Design on the Block
Valaistus ja sähkökytkennät

Suunnittelija / Designer: Päiväys / Date: Allekirjoitus / Signature

23.03.13 Sanna Viik

CONFIDENTIAL

Mittakaava / Scale
A3 - 1:150

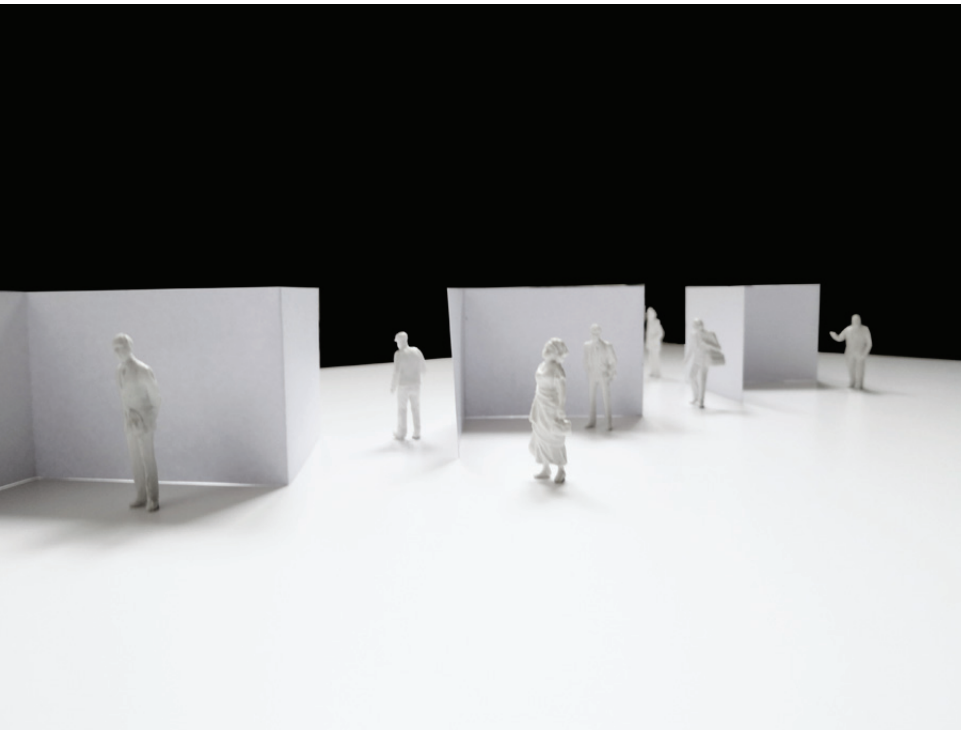
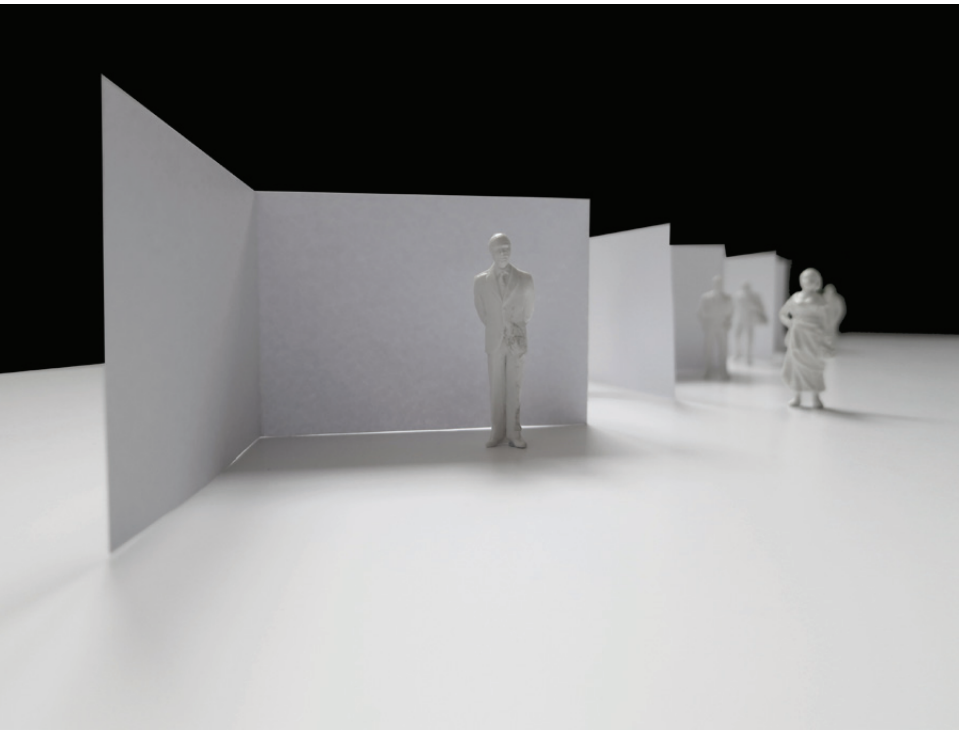
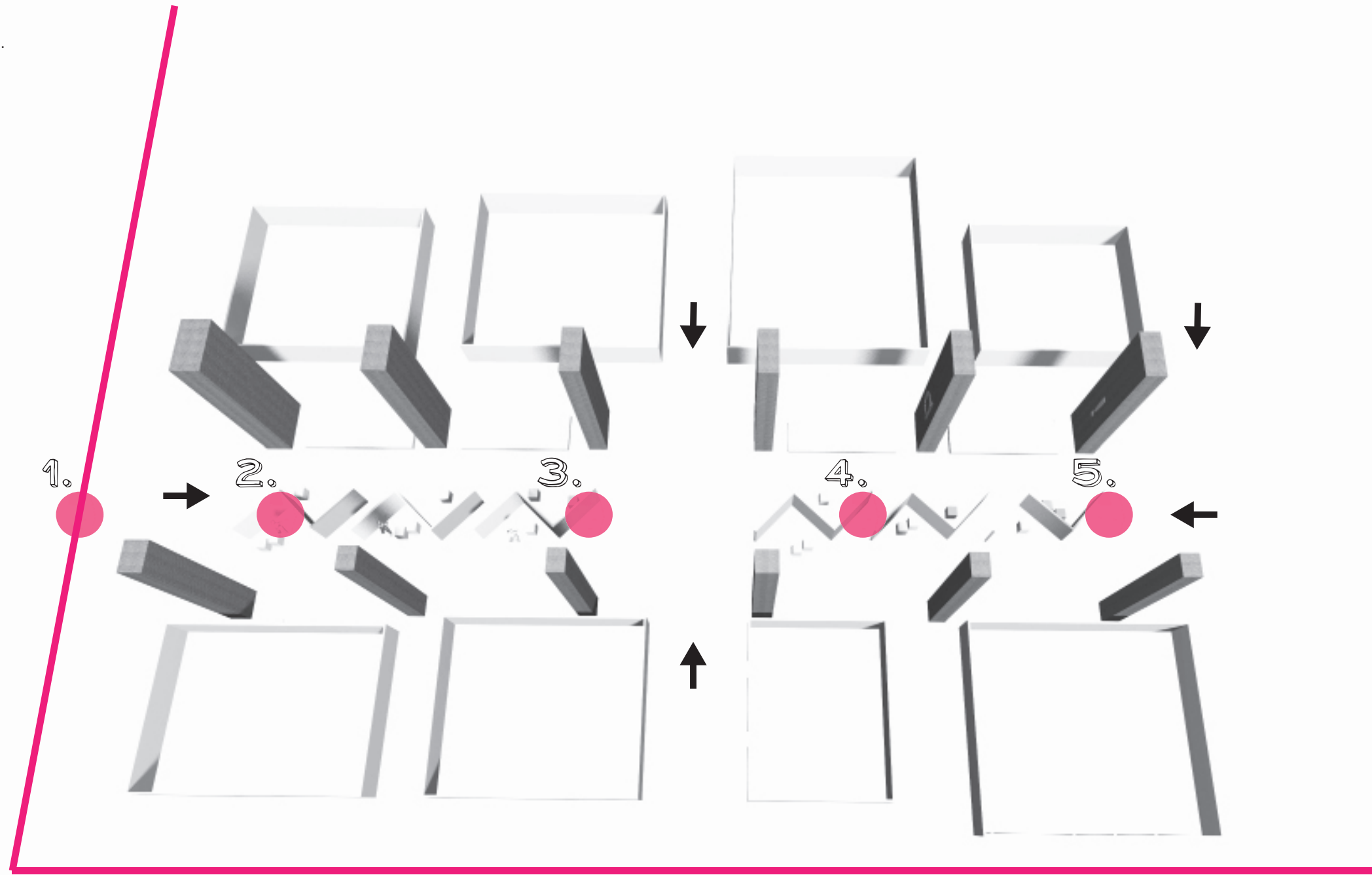
Piirustuksen sisältö / Drawing content
AHE / AC_003

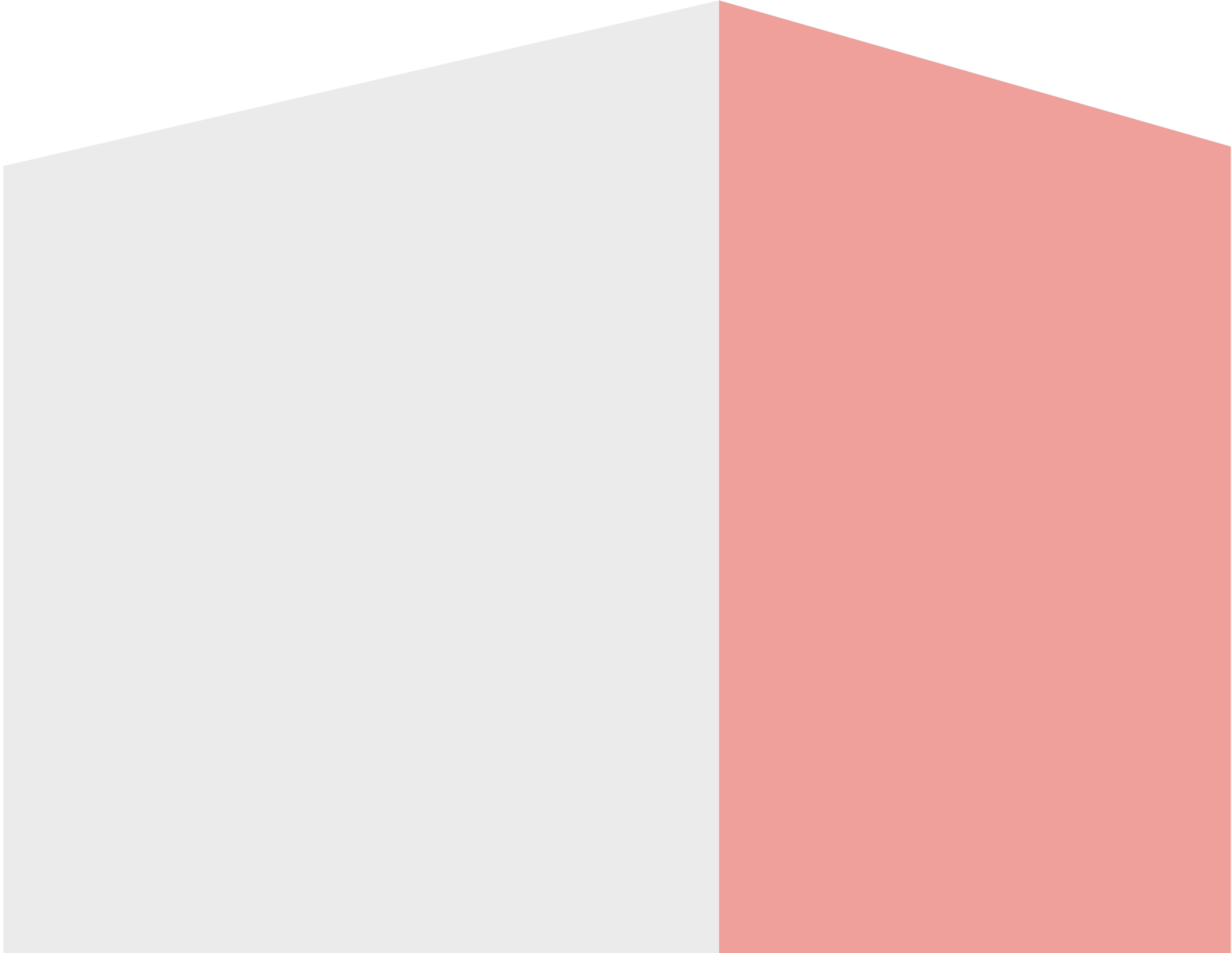
MUOTOHIOMO Oy

LAPINLAHDENKATU 16, Building No. 14
00100 Helsinki - Finland
T +358 (0)9 684 0465
www.muotohiomo.com

9.7 PALVELUPOLKU

- 1. Punainen matto reitittää ja ohjaa messukävijät Ahead-alueelle.
- 2. Etuseinissä New Design on the Block teksti pysäyttää ja herättää ohikulkijoiden mielenkiinnon. Ensimmäisissä loosseissa "tähtisuunnittelijat".
- 3. Käytävien väliset seinät kertovat tarinaa suunnittelijoista ja suunnittelufilosofiasta, värit rytmittävät käytäviä ja luovat polkuja.
- 4. Suunnittelijat ovat läsnä ja tilan muotokieli johdattaa kulkijoita, tilaan voi saapua mistä tahansa suunnasta.
- 5. Julkaisuja jaetaan kulkuväylien tuntumassa, messukävijät voivat ottaa julkaisun matkaan myös ohikulkiessaan.





10. TUOTTAMINEN JA JULKAISU

10.1 NÄYTTELYN KURATOINTI

Suomen Messujen kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti näyttelyn kuratointi tapahtui yhteistyössä Muotohiomon kanssa. Koostin listan kiinnostavimmista suomalaisista suunnittelijoista, jotka sopivat profiililtaan tukemaan NDB-alueen sisältöä. Suunnittelijat valittiin töiden ajankohtaisuuden, skandinaavisen muotokielen sekä heidän töidensä takana olevien tarinoiden perusteella. NDB-alueelle osallistuvien suunnittelijoiden on sitouduttava esittelemään tuotteidensa lisäksi valmistukseen, konseptointiin tai muihin suunnittelun lähtökohtiin nojaavia työprosesseja.

Näyttelyyn kutsutaan suomalaisia suunnittelijoita mahdollisimman monialaisesti. Tarkoituksena on tuoda esille niin kaluste- kuin tuotesuunnittelijoita, keramiikkataiteilijoita sekä valaistus- ja tekstiilisuunnittelijoita. Kaikkia tavoiteltavia osallistujia yhdistää vahva suomalainen ote materiaalien, muotokielen ja suunnittelun lähtökohtien osalta. Tarkoituksena on, että messukävijöille avautuu mahdollisimman monipuolinen kattaus uusimmasta suomalaisesta nykymuotoilusta.

Näyttelyn tavoitteena ei ole promovoida ainoastaan nuoria, vastavalmistuneita muotoilijoita vaan tuoda esille tämän hetken kiinnostavimmat muotoilijat iästä tai kokemuksesta riippumatta. Tärkeintä on, että esiteltävät tuotteet tai konseptit ovat ajankohtaisia ja kantaaottavia.

Suomen Messut tarjoavat valituille suunnittelijoille mahdollisuuden ostaa näyttelypaikka sovitun hintaan. Näin saamme rajattua näyttelyyn osallistuvien muotoilijoiden ryhmää, jotta suunnittelijoiden taso ja monipuolisuus säilyvät.

Alueen vetonaulaksi kutsutaan ainakin yksi alalla ansioitunut suunnittelija, joka nostaa näyttelyn tasoa sekä toimii vetovoimaisena näyttelileasettajana. Tunnettu tähtisuunnittelija houkuttelee myös messukävijöitä.

10.2 NEW DESIGN ON THE BLOCK -JULKAISU

NDB-alueen suunnittelun keskeisenä lähtökohtana oli tuottaa alue yhteistyössä Suomen Messujen sekä mukaan kutsuttavien yhteistyöyritysten avulla. Alkuvaiheessa näytti siltä, että alueen toteutukseen tarvitaan tukea niin materiaalien kuin rahoituksen osalta. Päädyimme tavoittelemaan sponsoreita, joiden toiminta tukisi omalta osaltaan NDB-alueen identiteettiä sekä sisältöä. Oli myös selvää, että yhteistyökumppaneiden tulisi pystyä hyödyntämään NDB-alueen saamaa näkyvyyttä, jotta lopputuloksesta tulisi kaikkia osapuolia palveleva.

Yhteistyökumppaniksi valikoitui Design Forum Finland, jolla on keskeinen rooli suomalaisen muotoilun edistämisessä. Design Forumin kontaktiverkostot sekä imago tukevat alueen tuottamista erinomaisesti. Kontaktoimme Design Forumin projektipäällikkö/ tuottaja Laila Alasen helmikuun lopulla ja esittelimme kiteytyneet ajatukset alueesta ja yhteistyömahdollisuuksista. Alanen kiinnostui konseptista, joten sovimme uuden palaverin hänen ja Design Forumin markkinointipäällikkö Päivi Kairan kanssa. Tapaamisen aikana yhteistyömahdollisuudet kiteytyivät ja päädyimme molempia osapuolia tyydyttävään ratkaisuun.

Design Forum ei rahoita suoraan alueen toteutusta, mutta he osallistuvat välillisesti tuotantokustannuksiin. Lähinnä tämä tarkoittaa näyttelystä sekä näyttelileasettajista kertovaa julkaisua, jonka sisällöntuottaminen sekä painattaminen on Design Forumin vastuulla. Muotohiomo vastaa julkaisun ilmeestä sekä taittamisesta. Design Forum toimii myös viestintäkanavana ja markkinoi NDB-tapahtumaa omilla verkkosivuillaan sekä tiedotteissaan.

Design Forum auttoi kuratoimaan näyttelyyn valittavia nuoria muotoilijoita, sillä heillä on olemassa kattavat tiedot tuoreimmista ja potentiaalisimmista muotoilijoista Suomessa. Design Forum hakee myös yhdelle valitsemalleen muotoilijalle apurahaa, jolle heillä

olisi mahdollista tarjota paikka 12 suunnittelijan joukossa, ilman suunnittelijalle koituvia kustannuksia.

Julkaisun tuottamisen tavoitteena on kohottaa NDB-alueen imagoa sekä profiilia. Julkaisussa esitellään kattavasti erikoisalueella esiintyvät 12 muotoilijaa ja kerrotaan yksityiskohtaisemmin heidän suunnitteluproesseistaan. Julkaisua jaetaan maksuttomasti NDB-alueen yhteydessä messukävijöille. Julkaisun ilme tulee toistamaan NDB-alueelle suunniteltua ilmettä, jolloin kokonaisuudesta tulee eheä. Julkaisu tukee alueen toteutusta ja toimii osana promootiota. Se jättää konkreettisen muiston tilasta messukävijöille ja vaikuttaa messuista syntyvään mielikuvaan.

DESIGN
8
FORUM

FINLAND

10.3 TOTEUTUS JA BUDJETTI

Suunnitteluprosessini rajautui NDB-konseptin ja sisällön luomiseen ja tarvittavien mittapiirustusten sekä rakenne- ja valaistusmääritysten laatimiseen. Kuratoin alueelle osallistuvat suunnittelijat ja laadin ohjeistuksen heidän toimintaa tukemaan.

Suunnitteluprosessin aikana yksi haastavimmista tekijöistä oli pitää budjetti hallinnassa. Jokainen valinta pienintä yksityiskohtaa myöten vaikutti kokonaisbudjettiin. Suunnitteluni perustana oli tuottaa tasokas kokonaisuus, jossa viimeistely näkyy rakenteissa ja yksityiskohdissa. Tämä kuitenkin tarkoitti kalleinta vaihtoehtoa.

Rakenteisiin kuluvien kustannusten alhaisena pitäminen oli tärkeää, sillä lopulliset rakenteiden ja valaistuksen kustannukset näkyivät suunnittelijoille myytävässä tilan hinnassa. Kävin useita keskusteluja Suomen Messujen organisaation kanssa siitä, miten kustannuksia kannattaa jakaa. Edullisimmassa vaihtoehdossa olisi päästy murto-osalla lopullisista kustannuksista. Tämä olisi kuitenkin tarkoittanut levyseiniä, kiskoon sijoitettavia kohdevalaisimia, sähkökaapin näkymistä sekä kokonaisuutena heikomman näköistä lopputulosta.

Pidin loppuun asti pintani siitä, että valmiin toteutuksen tulee olla laadukas niin ulkoasultaan kuin viimeistelyltään. Tästä syystä päätin sijoittaa suurimman kuluerän koolattuihin seinärakenteisiin sekä trussivalaistukseen. Nämä ovat tilallisesti suurimmat elementit, jotka huomataan ensimmäisinä alueelle saavuttaessa. Mattojen korvaaminen teippauksilla sekä heijastuksien hyödyntäminen seinäpinnoilla säästi myös kustannuksissa.

Lopullinen osaston rakentaminen sekä viimeistely tulee olemaan Suomen Messujen vastuulla. He päättävät, keille NDB-alueen osastopaikat myydään ja millaisella tarkkuudella tila lopulta rakennetaan. Toiveena on, että he noudattavat alkuperäistä suunnitelmaa ja toteuttavat detaljit huolella loppuun saakka.

Laadukas toteutus mahdollistaa toivotun ensivaikutelman syntyminen sekä määrittää alueen herättämän kiinnostuksen myös tulevaisuudessa. Tavoitteena on, että New Design on the Block -kokonaisuudesta tulee pysyvä osa Ahead!-alueen sisältöä.

11. LOPUKSI

New Design on the Block -konseptin kehittäminen on ollut vaativa ja kokonaisvaltainen projekti, jonka varrella olen haastanut itseni tarkastelemaan syvällisemmin tilasuunnittelun olemusta ja merkitystä. Suunnitelma on rakentunut fyysisiä puitteita suuremman kokonaisuuden ympärille. Työssäni kiteytyy tilasuunnittelun konkreettisiin ydin. Konsepti syntyi ihmisen käyttäytymisestä sekä käyttäjien ja työn tilaajien tarpeista kumpuavista lähtökohdista.

Kaunis kuori tai visuaalinen ilme ei ole riittävä argumentti suunniteltaessa toimivaa messualuetta. Kun suunnitelman sisältö ja konteksti on mietitty tarkkaan, kantaa kokonaisuus vaikka visuaaliset elementit ajan kuluessa muuttuisivat. Alueelta voidaan riisua kaikki dekoratiiviset yksityiskohdat ja silti kokonaisuus säilyttää suunnittelulle asetetut tavoitteet. Tilat ja rakenteet ohjaavat kävijöiden kulkua sekä toimivat messuhallia jakavana elementtinä. Alue kannustaa vuorovaikutukseen ja korostaa suunnitteluprosesseja tuotteiden takana. Alueen identiteetti ja muutokieli ovat tunnistettavia.

Messukävijöille design-tuotteiden arvoa voi toisinaan olla haastavaa perustella, jollei heillä ole käsitystä niiden suunnitteluprosesseista tai suunnitteluun sisältyvistä työvaiheista. New Design on the Block -alue tuo näkyväksi esillä olevien tuotteiden takana piilevät tarinat. Alue virittää messukävijät oikeanlaiseen mielentilaan, jolloin koko Ahead!-alueen tarjonta nähdään uudessa valossa. Tuotteet saavat syvällisemmän merkityksen ja suunnittelijat tuotteiden takana pääsevät parrasvaloihin.

Suunnitteluprosessin merkitystä korostava ajatusmalli toimii myös vuoropuheluna laajemmassa yhteydessä, kun käydään yleistä keskustelua design-tuotteiden arvosta sekä sen ymmärrettäväksi tekemisestä. Toivon, että opinnäytetyöni herättää ajattelemaan suunnitteluprosessien sekä elämyksellisyyden todellista merkitystä

ja palvelee Suomen Messujen organisaatiota sisustusmessujen kehittämisessä yhä kävijälähtöisempään suuntaan. Tavoitteenani on, että opinnäytetyöni jää lukijan mieleen, herättää ajatuksia sekä toimii näiden ajatusten jalostamisen pohjana myös seuraavien vuosien NDB-alueen suunnittelussa.

Kiitokset kaikille opinnäytetyötäni tukeneille tahoille ja Muotohiomon tiimille loputtomasta tuesta ja avusta.

LÄHTEET

Ahola, E-K (2008). Lektio Elämysten kulutus. Viitattu 03.01.2013.
http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2008/11/kts2008ahola.pdf

Ahola E-K, Moisander J & Virkkula S (2008). Kuluttaja ja Messujen Merkitys: Etnografinen tarkastelu venemessuista. Kulutustutkimus. Viitattu 06.02.2013.
http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2009/11/3-Ahola-Moisander-VirkkulaKTS2009b.pdf

Ahola E-K, Moisander J, Virkkula S, Aspara J & Tikkanen H (2008). Messut kuluttajia osallistavan markkinakulttuurin fasilitaattorina: messukokemuksen rakentuminen venemessuilla. Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisu. Viitattu 06.02.2013.
http://epub.lib.aalto.fi/pdf/hseother/b99.pdf

Bitgood S (1994). Designing Effective Exhibits: Criteria for Success, Exhibit Design Approaches, and Research Strategies. Jacksonville State University. Viitattu 14.03.2013.
http://informalscience.org/researches/VSA-a0a1q9-a_5730.pdf

Bowen S (2010). Critical Theory and Participatory Design. Sheffield Hallam University. Viitattu 15.03.2013.
http://www.cl.cam.ac.uk/conference/experiencingcriticaltheory/Bowen-ParticipatoryDesign.pdf

British Design Council (2013). The Design Process. Viitattu 15.03.2013
http://www.designcouncil.org.uk/designprocess

Exhibition Design (2006). Spain, Loft Publications.

Grudin J & Pruitt J (2002). Personas, Participatory Design and Product Development: An Infrastructure for Engagement. One Microsoft Way. Viitattu 05.03.2013.

http://research.microsoft.com/enus/um/people/jgrudin/publications/personas/pdc2002.pdf

Helsingin messukeskus (2013a). Ahead! - Habitare design area. Viitattu 08.04.2013. http://www.aheadhabitare.fi/fi/habitare

Helsingin messukeskus (2013b). Historia. Viitattu 08.04.2013 http://www.finnexpo.fi/Yritys/tietoayrityksesta/yritysesittely/historia/Sivut/Aloitussivu.aspx

Hämäläinen, A (2005). Kokeellista fysiikkaa luokanopettajille. Helsingin yliopisto. Viitattu 02.04.2013.
http://per.physics.helsinki.fi/luokanop/kflo_05/6_valo/valo_kuva.pdf

International Association of Fairs and Expositions (2013). The History of Fairs. Viitattu 08.04.2013.
http://www.fairsandexpos.com/aboutiafe/history/

Jansson M (2007). Messuguru: Messumarkkinoijan Ideakirja. Jönköping, Fält & Hässler.

Kukkamäki P (2013). Messujen historiasta haastateltu Suomen Messujen Päivi Kukkamäkeä 16.04.2013.

Levikintarkastus Oy (2013). Messutilastot. Finnish ABC. Viitattu 28.03.2013
http://www.levikintarkastus.fi/messutarkastus/messutilastot.ph

Muller MJ (2010). Participatory Design: The Third Space in HCI. Viitattu 15.03.2013.
http://domino.research.ibm.com/cambridge/research.nsf/0/56844f3de38f806285256aaf005a45ab/\$FILE/muller Chapter v1-2.pdf

Mäkelä M & Routarinne S (2006). The Art of Research: Research

Practices in Art and Design. Jyväskylä, Gummerus Kirjapaino Oy.

Sanders E & Stappers P (2008). Co-creation and the new landscapes of design. Make Tools & ID-StudioLab. Viitattu 16.03.2013.
http://www.maketools.com/articlespapers/CoCreation_Sanders_Stappers_08_preprint.pdf

Sauter M (2011). Participatory Design!. Civic Media. Viitattu 15.03.2013
http://civic.mit.edu/blog/msauter/participatory-design

Siu KWM (2003). Users Creative Responses and Designers Roles. Massachusetts Institution of Technology. Viitattu 25.03.2013.
http://www.yorku.ca/wsywong/course/ysdn3104_04/siuusers.pdf

Spinuzzi C (2005). The Methodology of Participatory Design. Technical Communication. Viitattu 20.03.2013.
http://cop2life.wikispaces.com/file/view/The+Methodology+of+Participatory+Design.pdf

Vranckx B (2006). Exhibit Design: High Impact Solutions. Spain, Loft Publications.

Wright P & McCarthy J (2010). Experience Centered Design: Designers, Users, and Communities in Dialogue. La Vergne, Morgan & Claypool.

Ylitalo-Kallio P (2012). Osallistava suunnittelu. Interaktiivisen median suunnittelun tutkimus. Viitattu 04.03.2013.
http://wiki.metropolia.fi/download/attachments/30268653/ITIMS53_kirjoitelma_PD_paiviyk.pdf?version=1&modificationDate=1342507461000

KUVALÄHTEET

Kuvat 1-2. Messujulisteita vuosien varrelta. Viitattu 28.03.2013.
http://www.finnexpo.fi/Yritys/tietoayrityksesta/yritysesittely/historia/Sivut/Messujulisteita.aspx

Kuva 3. Brush strokes. Pinterest. Viitattu 18.12.2012.
http://pinterest.com/pin/21603273183286433/

Kuva 4. Gabriel Dave. Thread installation. Viitattu 18.12.2012.
http://tappedinn.blogspot.fi/2011/02/this-is-gabriel-dawe.html

Kuva 5. The Event of a thread. Pinterest. Viitattu 18.12.2012.
http://media-cache0.pinterest.com/upload/18999629649783414_oCP1AAh8_c.jpg

Kuva 6. Ecotones. Exhibition design. Viitattu 10.12.2012.
http://www.insideps.com/environment.htm
Kuva 7. Exhibition signage. Pinterest. Viitattu 18.12.2012.

http://pinterest.com/pin/197173289906880363/

Kuva 8. Exhibition design. Pinterest. Viitattu 18.12.2012.
http://m.pinterest.com/ilovecottage/

Kuva 9. Paint buckets. Pinterest. Viitattu 10.12.2013.
http://media-cache-ec3.pinterest.com/upload/53128470574180217_HvnAN3BW_t.jpg

Kuva 10. Part of 'Peep'. Pinterest. Viitattu 10.12.2013.
http://pinterest.com/pin/248401735666646421/

Kuva 11. Reflected colour shelf. Flickr. Viitattu 24.03.2013.
http://www.flickr.com/photos/mikewilson/58563812/

Kuva 12. Reflecting colours in shadows. Viitattu 05.04.2013.
http://brendaswenson.blogspot.fi/2012_04_01_archive.html

Kuva 13. Rui Alves aka. My Own Super Studio. Fuorisalone Milan 2011. Viitattu 02.03.2013.
http://www.minimumblog.com/2011/04/fuorisalone-milan-2011-my-own-super-studio/

Kuva 14. WalkInPoster Paper experiment. Pinterest. Viitattu 18.12.2012.
http://pinterest.com/pin/152770612329491987/

Kuva 15. Design Forum Finland logo. Viitattu 01.04.2013. http://www.finnishdesignshop.fi/docs/DesignForumFinland_.jpg

(Muut kuvat: Design Studio Muotohiomo Oy)

